



**Universidad Nacional de Mar del Plata**  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Carrera: Licenciatura en Turismo

---



# **“El Turismo de Salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincia de Buenos Aires”**

*Monografía de Graduación*

Alumna: Patricia Fuentes

Asesora Docente: Lic. Silvia Mensi

Año 2009

## **“El Turismo de Salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la provincia de Buenos Aires”**

### **Resumen**

El presente trabajo monográfico pretende ofrecer una aproximación al fenómeno del turismo de salud como una de las alternativas existentes en la actualidad al turismo convencional.

Se enfatizará el análisis del fenómeno a partir de la década de 1970 en adelante, considerando que es el momento a partir del cual comienza a ampliarse el concepto de Turismo de Salud en mayor medida. A su vez, se focalizará el estudio en la provincia de Buenos Aires, haciendo mención de las particularidades que presenta la modalidad en la ciudad de Mar del Plata.

Los objetivos que nos proponemos son: realizar un análisis histórico del turismo de salud, desde sus orígenes hasta la actualidad; analizar cómo se conforma la actual oferta de Turismo de Salud, describiendo las características básicas que adoptan las diversas modalidades que la constituyen; identificar su demanda; describir el papel que adopta el Estado como propulsor de esta modalidad turística; para, con todo esto, intentar definir cuál es el estado de situación actual del turismo de salud en la Provincia de Buenos Aires.

En la investigación previa al presente estudio se ha detectado una insuficiencia de información relacionada al tema, y una escasa difusión de la existente; por lo cual esto fue uno de los principales motores que impulsó la realización de este proyecto. A su vez, en la información que se pudo recabar no se ha encontrado un consenso definido de lo que se entiende y abarca con el concepto de Turismo de Salud. Debido a las modificaciones que el mismo ha sufrido con el tiempo, se hace necesario intentar aclarar de qué se habla cuando uno refiere a esta modalidad turística, buscando precisar para qué nos sirve, con qué disciplinas se complementa, además de conocer en dónde y de qué manera se ofrece, entre otras inquietudes.

#### **Palabras claves:**

- Turismo de Salud
- Buenos Aires
- Mar del Plata
- Salud
- Termalismo
- Turismo Médico

## **Agradecimientos**

*En primer lugar quiero agradecer a mi familia, especialmente a mis padres, por apoyarme en mis elecciones y acompañarme a lo largo de este camino de manera incondicional.*

*A mis amigos, a los de siempre y a los que fui descubriendo a lo largo de todos estos años de carrera y que aún siguen conmigo.*

*A la Lic. Silvia Mensi, tutora de este trabajo monográfico, que a pesar de no conocerme decidió acompañarme durante el desarrollo del mismo, dedicando parte de su tiempo para guiarme y asesorarme siempre que fue necesario, pero principalmente agradecer que constantemente me haya señalado que focalice mi atención en aquello que era prioritario.*

## **Índice**

<b>Introducción General</b> .....	4
<b>Capítulo I - Marco histórico – conceptual</b> .....	7
1- Definición de Turismo.....	7
2- Definición de Salud.....	11
3- Interacción Turismo y Salud.....	11
4- Definición Turismo de Salud.....	12
5- El Turismo de Salud en la actualidad.....	13
6- Contexto que encuadra el desarrollo del Turismo Medico, en tanto subproducto dentro del Turismo de Salud.....	14
<b>Capítulo II - Oferta: Diferentes modalidades dentro del Turismo de Salud</b> .....	20
1- Concepto de Oferta.....	19
2- Composición de la oferta de Turismo de Salud: características de sus diferentes modalidades.....	19
3- Finalmente... ¿Qué abarca el Turismo de Salud?.....	29
4- Conclusiones del capítulo.....	31
<b>Capítulo III - Area objeto de estudio: provincia de Buenos Aires</b> .....	32
1- Analisis de la oferta de Turismo de Salud.....	32
2- Analisis de la demanda de Turismo de Salud.....	475
3- Conclusiones del capítulo .....	53
<b>Capítulo IV - Estado de situación actual</b> .....	56
1- El Turismo de Salud desde la perspectiva Estatal.....	56
2- Aspectos legales y normativos.....	58
3- Aspectos vinculados a la comercialización y promoción.....	62
4- Analisis FODA.....	64
5- Conclusiones del capítulo.....	69
<b>Conclusiones Finales</b> .....	72
<b>Bibliografía</b> .....	75
<b>Anexos</b> .....	79

## **Introducción General**

En la presente monografía se analizará el Turismo de Salud como una de las tantas alternativas al turismo convencional.

Como respuesta a la progresiva pérdida de calidad de vida, calidad ambiental y a la masificación de los destinos turísticos se han ido produciendo cambios que modificaron las motivaciones de la demanda. Se promovió la búsqueda de destinos en los que el viaje implicase un mayor contacto con la naturaleza, se privilegien lugares menos degradados; procurando un retorno a los hábitos de consumo que respeten dicho medio, al individuo y a su salud, complementándose con actividades de ocio y tiempo libre mas vinculadas al cuidado del cuerpo y la mente. Es en este contexto es que emergen nuevas formas alternativas de turismo, nuevas tendencias y nuevos destinos. Entre ellas, una de las modalidades que ha protagonizado un resurgimiento es el Turismo de Salud.

El uso terapéutico tanto de las aguas termales y mineromedicinales, como de las aguas del mar – talasoterapia – comienzan a ser tomadas en cuenta, revalorizándose y siendo reconocidas ya no sólo por un grupo social reducido, como ocurría anteriormente, sino que la demanda de estos se amplía a otros estratos sociales. Actualmente son cada vez más personas las que se interesan en destinos que no solo favorezcan con su distracción si no que ayuden de manera directa a la prevención de su salud no solo física, sino mental y espiritual. Pero a diferencia de tiempos pasados, el Turismo de Salud ya no solo se limita a centros termales, spa u otros establecimientos donde se realizan terapias con agua; sino que en el presente el concepto se ha ampliado, incorporando otras técnicas y disciplinas como la aromaterapia, diversos tipos de masajes, meditación, yoga, reiki, entre otros. A su vez, también debe considerarse el Turismo Medico como una nueva manera de aprovechar los adelantos tecnológicos en materia de medicina, intervenciones quirúrgicas, tratamientos de alta complejidad, así como también de cirugías plásticas.

En el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS) se define el Turismo de Salud como aquella *“modalidad de turismo cuya motivación principal es el cuidado del cuerpo ya sea por motivos de salud, o simplemente por el deseo de mejora física, pudiendo estar combinado con otras motivaciones (animación, descanso, gastronomía, naturaleza).”* A su vez, se divide a dicha modalidad en dos subproductos: “Turismo Termal” por una parte y “Medicina, Salud y Belleza”, por otra. Al primero lo define como aquel turismo que *“consiste en el desplazamiento de turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivos o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura de la rutina y reducción del estrés”*. En tanto que en el segundo caso, se define a aquel viaje en el cual la *“principal motivación es el aprovechamiento de los últimos adelantos tecnológicos relacionados con la medicina y la estética y contempla la realización de tratamientos de rehabilitación, fertilización, y belleza, consultas e intervenciones quirúrgicas, entre otras.”* Es esta definición con la que se trabajará en el presente trabajo.

Esta modalidad de turismo no solo procura como objetivos la mejora del estado de salud, descanso, tranquilidad y relajamiento; sino que busca propiciar el contacto con la naturaleza, favoreciendo la belleza y salud del individuo.

En otro orden de cosas, se ha detectado una carencia de información y difusión con respecto al Turismo de Salud, en qué consiste, dónde se ofrece, entre otras inquietudes; en tanto que la poca información existente se encuentra dispersa; por lo cual esto fue uno de los principales motores que impulsó la realización de este proyecto.

Al desarrollar este trabajo, se pretende dar un panorama general acerca de lo que abarca esta modalidad turística, intentando precisar para qué nos sirve el Turismo de Salud, en qué consiste y con qué disciplinas se complementa; con el fin de establecer o identificar su segmento de mercado específico, sus posibles subsegmentaciones; además de conocer en dónde y de qué manera se ofrece; si existe alguna normatividad vigente que deban respetar los establecimientos que forman parte de la oferta del mismo; asimismo, establecer si existe algún tipo de respaldo legal para los turistas en carácter de consumidores. Por otra parte, se hace necesario detallar qué instituciones ofrecen información acerca de este tema tan interesante y tan poco explorado. Otra de las cuestiones por analizar en este trabajo,

procurar identificar cuál es el rol que desempeña el Estado en el fomento y promoción de esta modalidad turística, detallando cuál es el lugar en el que posiciona al Turismo de Salud dentro del ámbito de las políticas turísticas.

El fin principal que busca la presente monografía es definir el actual estado de situación del Turismo de Salud en la provincia de Buenos Aires.

## **Objetivos**

### **Objetivo Principal**

Efectuar una aproximación conceptual al fenómeno del turismo de salud; en tanto alternativa al turismo convencional.

### **Objetivos generales**

- 1- Realizar un análisis histórico del turismo de salud, desde sus orígenes hasta la actualidad. A nivel general; focalizando en el caso particular de la Provincia de Buenos Aires.
- 2- Analizar cómo está conformada la actual oferta de turismo de salud en la Provincia de Buenos Aires.
- 3- Describir las características básicas que adoptan las diversas modalidades en que se expresa el Turismo de Salud en la Provincia de Buenos Aires.
- 4- Identificar la demanda del turismo de salud.
- 5- Definir cuál es el estado de situación actual del turismo de salud en la Provincia de Buenos Aires.
- 6- Describir el papel que juega el Estado como propulsor de esta modalidad turística.

### **Objetivos específicos**

1. Describir cómo y dónde surge el turismo de salud.
2. Precisar qué motivos o sucesos originan el surgimiento de esta modalidad turística.
3. Identificar cuáles son las formas en que se expresa el turismo de salud. (qué abarca)
4. Reseñar los cambios que dicha modalidad turística protagonizó en el tiempo, especificando a qué factores responde tal cambio.
5. Diferenciar el originario concepto de turismo de salud del actual concepto.
6. Especificar qué abarca el actual concepto de turismo de salud, detallando las características generales y particulares de las diferentes tipologías que esta modalidad adopta.
7. Identificar con qué otras disciplinas se complementa el turismo de salud.
8. Especificar cómo y dónde se ofrecen las mismas. A nivel provincial y en particular el caso de Mar del Plata.
9. Especificar cómo esta compuesta la demanda del turismo de salud.
10. Describir las características de dicha demanda. Identificando sus motivaciones y posibles segmentaciones.
11. Determinar si existe normativa alguna con relación a la oferta de turismo de salud.
12. Identificar qué instituciones ofrecen información relacionada al turismo de salud, detallando dónde y cómo la ofrecen.
13. Identificar la existencia de políticas vinculadas a esta modalidad de la práctica turística.

## **Método y técnicas empleados**

La metodología seleccionada para llevar adelante este trabajo monográfico es la de análisis de tipo cualitativo, la cual puede definirse como “una técnica de interpretación de textos de origen diverso basada en el proceso de descomposición y clasificación de éstos, a partir de la observación de frecuencias, identificaciones y clasificaciones temáticas, además de un análisis semántico que pretende estudiar las relaciones entre los temas tratados y de

un análisis de las redes léxicas consideradas ideológicamente significativas”<sup>1</sup>. Para obtener el material necesario para realizar el análisis se apeló a una intensa revisión bibliográfica previa. De esta manera se logró recavar amplia variedad de material bibliográfico consistente en libros; revistas científicas; publicaciones no académicas; documentos virtuales; ponencias presentadas en congresos, conferencias, seminarios y similares; artículos periodísticos; textos de sitios de Internet; y ofertas específicas de viajes de turismo de salud.

La presente investigación puede clasificarse como de tipo exploratorio-descriptivo, es decir que con la misma se pretende dar una visión general de la realidad del Turismo de Salud en la Provincia de Buenos Aires, describiendo cómo se compone actualmente el mismo e identificando cuáles son sus características fundamentales.

Las técnicas a emplear para recabar la información necesaria para el desarrollo de la investigación serán: consultas bibliográficas, entrevistas en profundidad, observación participante, cuestionario semiestructurado.

### **Introducción a los capítulos planteados**

La monografía se estructura en cuatro capítulos. En el primero de ellos se hace referencia al marco histórico conceptual en el que se inserta el fenómeno objeto de estudio; se definen los conceptos de turismo y de salud, planteándose qué relaciones surgen de la interacción de ambos, para finalmente definir qué se entiende por Turismo de Salud en la actualidad. En el capítulo II se busca describir cómo está compuesta la modalidad turística analizada, detallando las diferentes opciones que lo constituyen. El capítulo III está dedicado al análisis de la oferta y de la demanda del Turismo de Salud en la provincia de Buenos Aires. En la primera sección del capítulo se desarrolla el análisis de la oferta existente en la provincia; en tanto que los aspectos vinculados a la demanda se trabajan en la segunda parte del mismo. Primero se definen algunos conceptos relacionados a la misma; luego se procura brindar un panorama general de los diferentes segmentos que componen la demanda del Turismo de Salud, abarcando diversos aspectos de éstos e intentando establecer someramente algunas de las cualidades que caracterizan a cada segmento. En el capítulo IV se busca establecer cuál es el estado de situación actual de esta modalidad, principalmente en el caso de la provincia de Buenos Aires. Para lo cual, primero se profundiza sobre aspectos puntuales relativos al fenómeno; y finalmente se realiza un análisis FODA, el cual se aplica a cada subproducto por separado, con el objeto de describir sus características principales, identificar sus ventajas y fuerzas competitivas, así como establecer y señalar las problemáticas puntuales en cada caso. Por último, se exponen las conclusiones y reflexiones finales.

---

<sup>1</sup> Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J., *Metodología de las Ciencias Sociales*, Ed. Emecé, Buenos Aires, Argentina, 2007.

## **Capítulo I - Marco histórico conceptual**

### **1. Definición de turismo**

El **Turismo** es una actividad a la que se considera como una forma de recreación, dado que es una manera de usar el tiempo libre, con la diferencia de que se lleva a cabo en un lugar diferente al del domicilio habitual, en el que al menos se pernocta una vez<sup>2</sup>. De la Torre Padilla, citado por Marta Sammarchi<sup>3</sup> en su documento *Situación actual del turismo en la Argentina*, define al turismo como “...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.”

En la actualidad existen variadas modalidades de cómo practicar y disfrutar del turismo. Para entender y comprender el rol que ocupan las mismas en la actualidad es menester rever en la historia cómo se han ido sucediendo los hechos que les dieron origen. Nos ocuparemos, en particular, del caso del turismo de salud tal cual lo conocemos hoy en día.

#### **1.1- La evolución del turismo**

Las formas que fue adquiriendo la actividad turística a lo largo de la historia habitualmente estuvieron asociadas al modo de organización que presentaba la economía en general en cada momento.

Según Sergio Molina<sup>4</sup> vale mencionar dos grandes fases evolutivas del turismo las cuales se corresponden con la modernidad, por un lado; y la posmodernidad, por el otro.

De la mano de la modernidad surge la fase industrial o fordiana, alrededor de los años 20 del siglo XX. La misma se fundaba en la línea de montaje de producción en la fábrica y en la integración vertical. Es por esa época que nace el incipiente consumo masivo, a la par de que se produce una revalorización del tiempo libre, haciendo a un lado la acepción negativa que este detentó durante el medioevo. A esto se le sumó el logro de las vacaciones pagas, la mejoría del transporte y el aumento de las facilidades fronterizas, entre otros factores.

A medida que fue tomando mayor relevancia la actividad turística a nivel global, momento en que dicha actividad fue ingresando en la fase de madurez de algunos destinos de Latinoamérica, el Estado comenzó a desarrollar un rol más participativo. Es así que nacen los centros turísticos planificados, los cuales obedecían a una concepción industrial del turismo, un turismo con sesgo fordiano. En diferentes destinos, se reproducían componentes, se imitaban arquitecturas hoteleras, se repetía el ordenamiento del espacio urbano, se copiaban las actividades que se ofrecían a los turistas, las características de la prestación de los servicios. Se apuntaba a un producto estandarizado, a turistas que tenían iguales gustos sin distinguir sus necesidades específicas. En los emergentes destinos latinoamericanos se traspolaban los modelos que se habían instalado en los países desarrollados, y que por lo tanto no respondían a su cultura y los valores de su sociedad.

Con el paso del tiempo, y de la mano de la posmodernidad comenzaron a pesar fuerte las discontinuidades del entorno, se produjeron cambios sociales y culturales a gran escala, los cuales pujaron por un cambio urgente del modelo aplicado.

Paralelamente, la globalización trajo consigo un incremento del comercio, un aumento de la circulación de bienes y servicios. Nace de a poco, el modelo de producción flexible, con el que se modificaron las conductas de consumo y la oferta comienza a ajustarse más a la medida del usuario. El término *postfordista* hace referencia a esta etapa, caracterizada por la crisis de la

---

<sup>2</sup> Boullón, R. C.; “Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista”, Ed. Trillas, 1998.

<sup>3</sup> Sammarchi, Marta; “Situación actual del turismo en la Argentina”. Cuadernos de Turismo. N° 008. Universidad de Murcia, Murcia, España, Julio – Diciembre. 2001.

<sup>4</sup> Molina, Sergio. “Fundamentos del Nuevo Turismo”. Centro de Emprendimiento e Innovación. México. 2004.



producción en cadena, la estandarización y la homogeneización; caracteres que fueron reemplazados por criterios de singularidad y especificidad.

En el plano turístico, este proceso se expresó con la crisis del turismo masivo y el nacimiento de nuevas formas alternativas de turismo. Estas nuevas modalidades, pasaron a formar parte de la oferta complementaria del turismo de masas, el cual no ha desaparecido en nuestros días.

Es por entonces que surge el nuevo turismo. En palabras de Sergio Molina, los viajes de placer evolucionaron de distintas maneras<sup>5</sup>:

- se transformaron desde la práctica de vacaciones convencionales a la búsqueda de nuevas experiencias.
- de largos periodos vacacionales preestablecidos en una época del año a frecuentes vacaciones en un solo año.
- de un viaje con poca actividad y bajo costo, a otro de naturaleza activa con un alto patrón de consumo.
- De vacaciones monotemáticas (horas de sol y playa) a vacaciones multi temáticas y de multi actividad.

La producción flexible o posfordista, tenía el propósito de adaptar los modelos de producción a una demanda más flexible, cambiante y con necesidades y motivaciones diferentes.

A modo de resumen sintético podría decirse que la industria del viaje pasó primero por una etapa que se ha denominado prefordista, la cual estaba dominada por un gran número de pequeños negocios familiares, de propiedad y gestión independiente; los cuales disponían de una fuerza de trabajo limitada, que trabajaba largas horas y duplica sus funciones en temporada alta. La siguiente etapa del desarrollo turístico corresponde al sistema fordista, el cual se sustenta en la producción en cadena, la masificación y la existencia de grandes empresas. Con el tiempo, se fueron incorporando innovaciones tecnológicas, aplicándose a un sistema de producción cada vez más flexible, el cual se vio acompañado por nuevas tendencias en el comportamiento de los consumidores, dando lugar a un nuevo turismo: el postfordista. De este modo, los paquetes organizados, estandarizados que tanto caracterizaron al turismo de masas fordista se sustituyeron por formas de viaje más flexibles, enfatizando la diversidad, la individualidad y la autonomía.

## 1.2- Cómo y dónde surge el turismo de salud

### 1.2.1. Origen y desarrollo del Termalismo

El uso de las aguas minerales y termales es la forma más antigua de tratamiento de las enfermedades, dado que hace más de dos mil años ya se habían comenzado a aplicar tanto por vía oral como en forma de baños a raíz de sus propiedades terapéuticas.

El origen del uso de los balnearios termales data de tiempos remotos; el mismo puede retrotraerse hasta las civilizaciones grecorromanas quienes fueron los que descubrieron los beneficios que las aguas y barro termal producen en el organismo. De estas dos grandes civilizaciones, es de destacar que serían los romanos los que pondrían mayor énfasis en el uso y disfrute de los mismos.

En la época clásica “las termas originales sólo disponían de agua fría y se aplicaba en tinas para baño. A finales del siglo V a.C. se empiezan a construir complejas instalaciones independientes, distribuidas en la ciudad, que brindaban piscinas con agua fría o templada y años de vapor. En Grecia y en Roma los baños se convertían en complejos rituales y se acompañaban de ejercicios y masajes”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Molina, Sergio; op. cit. pág. 7

<sup>6</sup>Fagundo Castillo, Juan Reynerio; González Hernández, Patricia. “*Historia del desarrollo del Termalismo y Termalismo Moderno*”. [En línea] Disponible en [http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang\\_es&q=historia+e+termas&btnG=Buscar&lr=lang\\_es](http://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang_es&q=historia+e+termas&btnG=Buscar&lr=lang_es) [Consulta: 1 de Abril del 2008].

Con el transcurso del tiempo se produjeron altibajos en el desarrollo y uso de los balnearios. Con el devenir del medioevo, se produjo un periodo bajo del termalismo, al identificarse a los mismos como centros no deseados por iniciar a hábitos no muy bien vistos moralmente. Dicen al respecto de esto Juan Reynerio Fagundo Castillo y Patricia González Hernández en su documento *Historia del desarrollo del Termalismo y Termalismo Moderno*: “La iglesia cristiana, por su parte, daba más prioridad a la limpieza espiritual que a la limpieza corporal y consideraba las termas romanas como un lugar de perversión. Durante toda la etapa medieval se hizo poco uso de las aguas mineromedicinales, incluso escaseaba el abasto de agua y las cañerías y fue habitual el poco aseo personal.”<sup>7</sup>. Paralelamente, es de destacar el importante papel que cobró en la perpetuación de esta tradición balnearia el rol que protagonizaron los árabes en general, dado que fueron ellos quienes la continuaron.

A comienzos de la época moderna se vieron modificadas las motivaciones que impulsaban a viajar, las cuales no solo fueron diversificándose sino que se ampliaron. Así es que el termalismo comenzó a atraer numerosos turistas que buscaban mejorar su salud y realizar prácticas hedonistas.

“Hacia fines del siglo XVI la clase aristocrática europea comenzó a desarrollar interés por las aguas termales con propiedades curativas de algunos manantiales, y como consecuencia de esta afluencia de público en los sitios donde surgían aguas termales, se construyó equipamiento adecuado y se ofrecieron todos los servicios necesarios para una agradable estadía, además de organizarse entretenimientos para los pacientes. El desarrollo de esas actividades recreativas produjo una realimentación de la demanda, y pronto los que iban por las propiedades curativas del agua se vieron acompañados por otros que solo buscaban diversión...”<sup>8</sup>

De la mano del resurgimiento de la cultura clásica, ya a fines del siglo XVII, se generaliza la costumbre del uso del agua termal y de los baños en general. Es a partir de este momento que se puede vincular al turismo tal y como se entiende hoy en día.

“En la conformación de esta nueva etapa confluyen varios aspectos, en primer lugar, la aparición de los primeros núcleos turísticos vinculados a las funciones balnearias en las proximidades de los centros urbanos creados por la revolución industrial, en segundo lugar, el interés que surge por las excelentes propiedades terapéuticas de las aguas termales en los distintos foros médicos y, por último, la difusión de los usos higiénicos entre la población y la preocupación creciente por el estado de salud.”<sup>9</sup>

Por entonces, fueron surgiendo centros especializados llamados *casas de baños* que atendían a esta demanda incipiente de pacientes que se veían atraídos por las propiedades terapéuticas de las aguas termales. La afluencia de los mismos, se fue incrementando en la primera mitad del siglo XIX, promovido por los médicos de la época, que incentivaban el uso de las mismas con el fin de tratar y reestablecer la salud de los pacientes; que en su mayoría provenían de las clases aristócratas.

Estos desplazamientos, se fueron intensificando hacia determinados destinos de Europa en los periodos del año de mayor benignidad climática, caracterizándose por una estancia más o menos larga en los destinos de la *cura termal*. Este fue el turismo termal de la primera mitad del siglo XIX, el cual se definía por ser una actividad de lujo y de élite que abarcaba un reducido número de personas. Esas *casas de baño* se caracterizaban por contar con cierta riqueza en cuanto a recursos termales, alrededor de los cuales “...se fueron desarrollando unos servicios destinados a satisfacer y a atender las necesidades de los visitantes, a los que va dirigida una oferta básica y complementaria de alojamiento y restauración y servicios de tiempo libre. Para

---

<sup>7</sup> Fagundo Castillo, Juan Reynerio; González Hernández, Patricia. op.cit.pag.8

<sup>8</sup> Khatchikian, Miguel; “*Historia del Turismo*”. Documento de aprendizaje de la Cátedra Teoría del Turismo y la Recreación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Mar del Plata – Buenos Aires, 2001. Pág. 15.

<sup>9</sup> Vargas Larubia, Remedios; Luque Gil, Ana Maria; “Las Estaciones Termales en Andalucía: de la explotación tradicional a la configuración de un nuevo producto turístico integral”. Cuadernos de Turismo. N° 010. Universidad de Murcia, Murcia, España, Julio – Diciembre, 2002.

ello se construyeron una serie de instalaciones que facilitaron las estancias durante el período de ‘cura termal’ prescrita por los facultativos. A lo largo del siglo XIX se fueron especializando en esta función a través de la ampliación y mejora de sus instalaciones y servicios, y de su entorno natural. Otros términos asociados son ‘ciudad termal’ o ‘villa termal’ a los que se añaden ‘parque termal’ y ‘complejo termal’.”<sup>10</sup>

Esta fue la época del esplendor del balneario, la cual se caracterizó en primer lugar por cierto aire aristocrático y privilegiado; para posteriormente ampliarse hacia un carácter más populista al extenderse su interés a todas las capas sociales.

Sin embargo dicho apogeo se vería reducido a partir de años 30 del siglo XX, momento en que los balnearios entraron en un proceso de decadencia consecuencia de que, por un lado, no supieron adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda y por otro lado, surgió un gran competidor: las aguas de mar.

### 1.2.2. Surgimiento y desarrollo de los balnearios marítimos

Miguel Khatchikian, en su documento *Historia del Turismo* dice al respecto de los balnearios marítimos: “la confianza en las propiedades terapéuticas de algunas aguas no se limitó a las fuentes termales, particularmente después del siglo XVII, cuando comenzó en Inglaterra la utilización a ese fin del agua de mar. [...] Durante todo el siglo XVIII la práctica del baño marítimo creció impulsada por la creencia en sus efectos benéficos para el organismo, desarrolla especialmente entre las nuevas clases sociales en asenso, integradas por comerciantes y profesionales. En esa época la playa era considerada un sitio de cura y no de placer; la inmersión en el mar se prescribía para tratamiento de algunas afecciones consideradas graves, y se realizaba después de una adecuada preparación, generalmente son ropas. Sin embargo, en los balnearios que se desarrollaron junto al mar se repitió lo mismo que había sucedido con las estaciones de baños termales, donde las personas que buscaba placeres y diversión se fueron mezclando con las que llegaban por razones de salud, estimulando así el crecimiento de las localidades.”<sup>11</sup>

El uso terapéutico del agua de mar es conocido como tratamiento de talasoterapia. Si bien el uso de las mismas se remontan a la antigua Roma cabe aclarar, como ya se puntualizó, que dichos tratamientos fueron redescubiertos en la Inglaterra del siglo XIX.

Hacia la segunda mitad del siglo XX, época de posguerra y de recuperación de la economía europea, se produjo la conquista de varios derechos laborales, entre ellas las vacaciones anuales pagas de los trabajadores. Esto se tradujo en un aumento del poder adquisitivo de la masa obrera, un incremento de la renta per capita, y también un tiempo de ocio asegurado durante el año. Paralelo a estos hechos, cabe destacar también la generalización de los medios de transporte, en especial del automóvil; facilitándose de esta manera los desplazamientos.

Es por esta época también que surge la moda de los *baños de sol* en las costas mediterráneas del sur de Europa, que luego impulsaría el turismo de sol y playa de forma explosiva y continua durante la segunda mitad del siglo XX, dando nacimiento así al turismo masivo. Con el tiempo, las características de este último tipo de turismo repercutieron en una pérdida de la calidad ambiental de la mano de la masificación de los principales destinos turísticos. Por lo que nació una tendencia de recuperar los viejos enclaves balnearios, la cual se acompañó del surgimiento de grupos sociales con nuevas formas de concebir el tiempo libre y los períodos vacacionales. Se comenzaron a promover “...nuevos destinos que involucren un mayor contacto con la naturaleza, con el medio natural, con ambientes rurales asociados a la vida sana, lugares menos degradados y escasamente influenciados por los modos de vida urbanos. Se persigue una vuelta a los orígenes con la promoción de hábitos de consumo respetuosos con el medio y con el individuo y su salud, y dentro de esto, de actividades de ocio

---

<sup>10</sup> Lic. Rosa Cibeira Moreiras. “La aparición del turismo termal”. [en línea] Ponencia realizada en las Jornadas Internacionales 2000 de Turismo, en la ciudad de Federación-Entre Ríos- Argentina (PARTE I). Disponible en <<http://www.termasalud.info/termas/internacional/publica-6.htm>> [Consulta: 10 de Octubre - 2007].

<sup>11</sup> Khatchikian, Miguel; op. cit. Pág. 9

y tiempo libre ligadas al cuidado del cuerpo y de la mente. En este contexto emergen nuevas formas de turismo, nuevas tendencias y alternativas y nuevos destinos. El uso terapéutico tanto de las aguas termales y mineromedicinales - recursos de la naturaleza provenientes del subsuelo - así como del agua del mar comienzan a revalorizarse y ya no es sólo un grupo social específico -como ocurría antaño- sino que es la mayor parte de la clase media de las ciudades la que puede hacer uso de este recurso natural.”<sup>12</sup>

Es a partir de las década de los ochenta del siglo XX cuando renace el interés actual por el termalismo en varios frentes: en la demanda y en los responsables de los establecimientos. En el caso de la demanda; el interés se vio renovado por aumento del bienestar económico y cultural, que implicó cambios en su comportamiento; observándose un mayor interés por la salud, por la naturaleza, cierto cansancio por el convencional turismo de sol y playa, etc. En cuanto a los segundos, demostraron mayor interés por la necesidad de realizar profundas reformas para reacondicionar, y actualizar los centros de salud, arquitectónica como funcionalmente, a las nuevas exigencias y necesidades de la demanda.

### 1.2.3. El Termalismo tradicional y el Termalismo moderno <sup>13</sup>

El termalismo actual está estrechamente relacionado con el Turismo de Salud, lo cual le da una nueva dimensión al termalismo tradicional.

Para comprender esta nueva dimensión hay que recordar que el turismo constituye una actividad organizada a partir del tiempo libre del hombre, cuyo desarrollo provoca consecuencias de tipo política, cultural, de salud y socioeconómica. Tal es así que al considerar al termalismo como parte del Turismo de Salud, se lo toma no solo como una forma de curar, sino de preservar la salud y lograr una mejor calidad de vida.

Las primitivas termas y balnearios fueron evolucionando, con el paso del tiempo surgieron novedosas estaciones hidrotermales y centros spa, y a las tradicionales curas por baños de agua templada y de vapor, se anexaron nuevas ofertas para los turistas que acudían a esos centros: jabones y cosméticos producidos con microalgas, así como aguas de bebida envasadas generadas en el lugar, la presencia de un paisaje acogedor y un microclima agradable, apetecibles ofertas gastronómicas, manifestaciones artísticas y artesanales locales, etc.

En la actualidad los centros termales constituyen un conjunto de instalaciones que contemplan una amplia variedad de servicios y productos que ofrecen a sus visitantes: balnearios, piscinas, gimnasios, hoteles, restaurantes, teatros, tiendas par venta de productos, etc. Generalmente se encuentran ubicados en los alrededores de la fuente o fuentes termales, donde además, se organizan visitas a los lugares típicos y amplia diversidad de actividades.

## 2. Definición de Salud

En el campo del turismo de salud, es preciso definir qué se entiende por **salud**. En este caso se aborda dicho concepto desde su contenido más amplio, según la definición de la Organización Mundial de la Salud [OMS, 1946], por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social; y no solo la ausencia de afecciones o enfermedades.

## 3. Interacción Turismo y Salud

Tanto el turismo como la salud son dos conceptos que se encuentran estrechamente relacionados; dado que ambos cumplen un rol significativo en la economía de los países y forman parte de la política social a cargo de los gobiernos.

---

<sup>12</sup> Lic. Rosa Cibeira Moreiras. “El nuevo turismo en torno a los destinos de Salud” [En línea] Disponible en <<http://www.termasalud.info/termas/internacional/publica-10.htm>> [Consulta: 10 de Octubre del 2007].

<sup>13</sup> Fagundo Castillo, Juan Reynerio; González Hernández, Patricia; op. cit.pag.8

Al analizar las relaciones en cuanto a turismo y salud se deben considerar cuatro grandes rubros<sup>14</sup>:

- 1- turismo y salud local
- 2- salud ambiental y riesgos del entorno
- 3- salud del turista
- 4- turismo por razones de salud

En el primer caso se hace referencia al impacto de la actividad turística sobre la salud de los habitantes de las ciudades con gran afluencia de visitantes. En tanto que con los riesgos del entorno se hace alusión a la seguridad del turista, en la cual influyen las condiciones sanitarias del destino, sumado el entorno propiamente dicho, el agua y los alimentos. En otro rubro, se puede hablar de la salud del turista durante su estadía en un destino distinto de su residencia habitual. Por último, nos encontramos con el turismo por razones de salud. Es el caso de muchas personas que en busca de su restablecimiento físico y espiritual deciden viajar a otras ciudades para recibir y disfrutar las bondades curativas que ofrece la naturaleza en cuanto a clima, baños de aguas termales, lugares de retiro y aquéllos favorables para lograr un descanso que los libere de las tensiones o el estrés de la vida cotidiana. Es esta última relación sobre la cual haremos hincapié.

En síntesis, los tipos de servicios que demandan los turistas que viajan motivados por razones de salud abarcan todos aquellos que están dirigidos a la recuperación, mantenimiento y prevención de la misma. Dice al respecto Monica Bolis<sup>15</sup> en su documento *El turismo de Salud en América Latina y el Caribe de habla Inglesa*: “Un turista de salud, por ejemplo, sería alguien que viaja en busca de un servicio club de salud o *spa* para reducir el estrés, de tratamientos termales o de procedimientos más complejos en un hospital.”

#### **4. Definición de Turismo de Salud**

Desde la Secretaría de Turismo de la Nación se hace referencia al producto Turismo de Salud como una alternativa diferente para recuperar el bienestar y la calidad de vida. La definen como “una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termo-minero-medicinales y sus derivados (aguas, peloides y algas), con la posibilidad de combinarlos con el sol y el clima; a través de diversas técnicas de aplicación al ritmo, intensidad, duración y frecuencias establecidas por un médico; con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en pos de mejorar la calidad de vida del turista”<sup>16</sup>. A su vez, incluyen dentro de esta modalidad no solo los centros termales, sino también los denominados centros de talasoterapia, es decir, aquellos establecimientos que utilizan el agua de mar en sus tratamientos.

Sin embargo, como este trabajo pretende describir las características de esta modalidad turística desde una concepción más amplia, nos resultó mucho más completa la definición esbozada dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016<sup>17</sup> (PFETS) - documento impulsado en forma conjunta por el Consejo Federal de Turismo, el Consejo Federal de Inversiones, la Secretaría de Turismo de la Nación, la Cámara Argentina de Turismo y la Administración de Parques Nacionales con el objetivo de que el mismo se constituya en una herramienta orientadora y articuladora de actuaciones; que logre reafirmar voluntades, optimizar recursos para encaminar dichos esfuerzos hacia alcanzar un modelo concertado de

---

<sup>14</sup> Ruiz-de-Chavez Manuel, Jimhez-Aguado Ricardo, Márquez-Lapose Mario, Alleyne George; “Salud y turismo”. [En línea] Disponible en: <http://www.insp.mx/rsp/articulos/articulo.php?id=001374> [Consulta Octubre 2007].

<sup>15</sup> Mónica Bolis, “El turismo de salud en América Latina y el Caribe de habla inglesa” [En línea] Disponible en: <<http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/TURISMO%20DE%20SALUD%20EN%20AMERICA%20LATINA%20Y%20CARIBE%20DE%20HABLA%20INGLESA.PDF>> [Consulta: 10 de abril del 2008]

<sup>16</sup> [www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar)

<sup>17</sup> Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS). Buenos Aires, Argentina. 2007. Disponible en: [www.turismo.gov.ar/esp/institucional/plan%20federal/PRESENTACI%D3N.pdf](http://www.turismo.gov.ar/esp/institucional/plan%20federal/PRESENTACI%D3N.pdf)



desarrollo turístico sustentable para la República Argentina-. En el marco de dicho plan se define el Turismo de Salud como:

*“...modalidad de turismo cuya motivación principal es el cuidado del cuerpo ya sea por motivos de salud, o simplemente por el deseo de mejora física, pudiendo estar combinado con otras motivaciones (animación, descanso, gastronomía, naturaleza).”*

A su vez, se divide a dicha modalidad en dos subproductos:

- **Turismo Termal:** modalidad que *“consiste en desplazamiento de turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivos o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura de la rutina y reducción del estrés”*
- **Medicina, Salud y Belleza:** se define a aquel viaje en el cual la *“principal motivación es el aprovechamiento de los últimos adelantos tecnológicos relacionados con la medicina y la estética y contempla la realización de tratamientos de rehabilitación, fertilización, y belleza, consultas e intervenciones quirúrgicas, entre otras.”* (Turismo Médico).

Este último aspecto incorporado al concepto de turismo de salud es lo que más nos motivó al momento de seleccionar esta definición, dado que la misma refleja las nuevas maneras en que se expresa esta modalidad turística, producto de las variaciones y transformaciones que la misma fue protagonizando en los últimos años. El turismo médico, en tanto subproducto, merece que hagamos referencia a algunas de las particularidades que le dieron inicio y que lo contextualizan en la actualidad. Sobre estos aspectos volveremos más adelante.

## **5. El Turismo de Salud en la Actualidad**

A diferencia de tiempos pasados, el turismo de salud ya no solo se limita a centros termales, spa u otros establecimientos donde se realizan terapias con agua. Para el desarrollo de esta modalidad turística, en la actualidad es necesario disponer de centros especializados donde se combinan los servicios médicos con vacaciones medio ambiente y salud.

Entre los recursos naturales que se ofrecen por el termalismo moderno en el Turismo de Salud se encuentran los siguientes:

- Aguas mineromedicinales (Balneoterapia o Crenoterapia).
- Aguas minerales envasadas
- Aguas naturales en piscinas (Hidroterapia)
- Aguas naturales con CO<sub>2</sub> (Carboxiterapia)
- Peloides (Peloterapia o Fangoterapia)
- Microalgas (Productos Cosmecéuticos)
- Algas marinas (Algoterapia y Productos Cosmecéuticos)
- Arenas marinas (Arenoterapias)
- Salmueras en Salinas
- Aguas Madres
- Clima Terrestre (Climatoterapia o Aeroterapia)
- Clima Marino (Curas Oceánicas, Curas Litorales y Cruceros de Salud)
- Aerosoles Marinos (Aerosolterapia)
- Sol (Helioterapia)
- Técnicas de Balneoterapias e Hidroterapias
  - Bañeras
  - Bañaderas
  - Duchas Jet (Ascendentes, descendentes y circulares)
  - Piscinas
  - Baño de Vapor

- Sauna
- Hidromasaje
- Gases medicinales
- Etc.

Entre las disciplinas y/o terapias que se han incorporado a este renovado concepto de turismo de salud, destacamos:

- Medicina Alternativa

- Herbolaria
- Homeopatía
- Ayurveda
- Aromaterapia
- Chi Gong
- Acupuntura
- Masajes
- Yoga

- Otras Terapias

- Ejercicios Físicos (Cinebalneoterapia)
- Gimnasia - Técnicas especiales terapéuticas con ejercicios (Kinesioterapia)
- Psicorrelajación
- Medio ambiente y Ecología
- Saunas
- Salones de salud y Belleza
- Actividades recreativas y culturales
- Dietoterapia
- Otros tratamientos de la clínica moderna
- Deportes no competitivos dosificados (natación, baloncesto, golf, squash, tenis, etc.)
- Ejercicios con música (Musicoterapia)

A su vez, también deben considerarse el aprovechamiento de los adelantos tecnológicos en materia de medicina, intervenciones quirúrgicas, tratamientos de alta complejidad, así como también de cirugías plásticas. En definitiva, lo que en la actualidad se conoce como turismo médico.

## **6. Contexto que encuadra el desarrollo del Turismo Médico, en tanto subproducto dentro del Turismo de Salud**

Al observar el entorno del Turismo de Salud en general, y el del turismo médicos en particular, es elemental tener presente que dicho fenómeno se inserta en otro aun más amplio que es el de la globalización, la integración y la regionalización, y que determinan la actual escena internacional.

Según el documento *La Salud en las Agendas de Globalización Económica*, de la Organización Panamericana de la Salud [OPS] citado por Monica Bolis<sup>18</sup> en su artículo; la globalización presenta para la salud dos grandes desafíos:

- 1) la inserción del sector salud en la agenda económica internacional,
- 2) la necesidad de contar con estándares para la protección de la salud de las personas en su carácter de consumidoras y

---

<sup>18</sup> Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS). Op.cit.pag.12

3) para garantizar la seguridad en relación con el intercambio internacional de bienes y servicios de salud.

Con respecto a la internacionalización de los servicios de salud, dentro del cual el turismo de salud aparece como una manifestación del mismo, Margarita Hurtado en su documento *The What, How and Why of Health and Tourism* citado por Mónica Bolis<sup>19</sup>; hace referencia a la situación actual del mismo indicando que “la exportación de servicios por parte de países de medianos y bajos ingresos se incrementó en un 12% anual a partir de los años noventa y, como señala el Banco Mundial, en América Latina y el Caribe los servicios representan más de la mitad del total de exportaciones con un crecimiento mayor que cualquier otro rubro de la economía.”

Los servicios, por su parte, tradicionalmente fueron considerados como rubros no comerciables, esto a causa de que generalmente para su prestación se requieren la presencia simultánea tanto del proveedor como del consumidor y su movilidad.

#### 6.1. Libre comercio

Philip Stevens<sup>20</sup>, en su artículo *Libre comercio para mejor salud*, se refiere a este mecanismo - el libre comercio - como un componente fuerte para mejorar la salud humana debido a dos grandes motivos. El primero, y al cual atribuye mayor importancia, es que el liberar el comercio entre los individuos y los países se ha probado como una forma eficaz de aumentar la prosperidad y la riqueza. Considerando a la riqueza como un elemento importante para la salud dado que permite que la gente pueda mejorar sus condiciones de vida. En otro plano, el segundo motivo por el cual el comercio mejora la salud se relaciona con la denominada *transferencia de tecnología*. Como consecuencia de este progresivo intercambio internacional de bienes y servicios, el conocimiento y las tecnologías vinculadas a la salud que se originan en los países ricos se han expandido por deferentes partes del mundo.

En síntesis, el libre comercio estimula dos de los determinantes más importantes para la salud: el crecimiento económico y la transferencia de tecnología.

#### 6.2. Organización Mundial del Comercio

La Organización Mundial del Comercio [OMC] tiene como función principal administrar los acuerdos comerciales negociados por sus miembros, además de constituirse como un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administrar los procedimientos de solución de las diferencias comerciales que surgan (disputas entre países); supervisar las políticas comerciales y cooperar con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial.

A pesar de que teóricamente el *libre comercio* no figura entre sus objetivos, en la práctica, la OMC es un foro donde los Estados miembros buscan acuerdos para la reducción de aranceles y, por ende, para la liberalización del comercio, y donde se resuelve cualquier disputa comercial que pudiera surgir entre sus miembros con respecto a los acuerdos alcanzados.

Dicho en términos simples: la Organización Mundial del Comercio se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países, a nivel mundial o casi mundial.

Uno de los principales acuerdos de la OMC, es el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS, conocido también como GATS), este es el primer y único conjunto de normas multilaterales que regulan el comercio internacional de servicios. Como todos los acuerdos comerciales, el GATS es de carácter voluntario y se basa en la mutua aceptación, no en la coacción. “El GATS puede actuar como un estímulo significativo para la transferencia de

---

<sup>19</sup> Mónica Bolis; op. cit. pag.12

<sup>20</sup> Philip Stevens; “*Libre comercio para mejor salud*”. [En Línea] Disponible en: <  
[http://www.fightingdiseases.org/pdf/Free\\_Trade\\_Spanish\\_web.pdf](http://www.fightingdiseases.org/pdf/Free_Trade_Spanish_web.pdf)> [Consulta: agosto 2007]



tecnología y conocimiento ya que establece incentivos para el desarrollo de servicios beneficiosos como la telemedicina, el turismo médico y aseguramiento en salud.”<sup>21</sup>

Este acuerdo fue firmado por 120 países y entró en vigencia en 1995; el mismo apunta a la creación de un clima propicio para el comercio de servicios promoviendo condiciones de transparencia y liberalización graduales. Para alcanzar tal resultado, posibilita que los países miembros efectúen compromisos vinculantes para disminuir las barreras comerciales.

En lo que respecta a los servicios de salud, el acuerdo abarca las áreas indicadas en la tabla subsiguiente:

Modos de transacción	Servicios de salud
- Comercio con el exterior - Consumo en el exterior - Presencia comercial - Presencia de personas naturales	- Telemedicina - Pacientes que buscan tratamiento en el exterior (“turismo médico”) - Presencia comercial extranjera en sectores hospitalarios o de seguro de salud - Traslado temporal de profesionales de la salud para brindar servicios en el extranjero

Fuente: Bernal, Richard; en su artículo “La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe”. Publicada en Revista de la CEPAL, N° 98; Agosto de 2007.

De los diferentes modos de transacción que se dan en cuanto a los servicios de salud; en el caso de nuestra investigación nos interesa el consumo que se hace de los mismos en el exterior.

En la actualidad existe una progresiva tendencia de los pacientes a viajar hacia el exterior buscando una atención para su salud de mejor calidad, procurando un menor costo y con el mínimo tiempo de espera.

En su artículo, Philip Stevens denomina a estos pacientes *turistas médicos* e indica que en el presente estos viajan en grandes cantidades a India, el Sudeste Asiático, Latinoamérica y Sudáfrica, destinos en los cuales existen diversidad de instituciones de salud de alta calidad. A su vez, Stevens remarca que “muchos turistas médicos provienen de regiones del mundo donde casi no existen estructuras sanitarias modernas; otros provienen de países como Reino Unido y Canadá donde los sistemas de salud pública están tan sobrecargados, que puede llevar años recibir la atención necesaria. Otro impulsor del turismo médico es el costo: en India, Tailandia o Sudáfrica una cirugía puede costar una tercera parte menos que en Estados Unidos o en Europa Occidental, y a veces incluso menos.”

Es en este contexto que el GATS favorece la creación de un marco mediante el cual los pacientes pueden tener mayor accesibilidad a estos servicios. Stevens ejemplificó este fenómeno indicando que “hace diez años, los niveles de turismo médico eran insignificantes. Hoy, más de 200.000 pacientes visitan todos los años Singapur, y cerca de la mitad de ellos proviene de Medio Oriente. Se calcula que durante el año 2005, aproximadamente medio millón de pacientes extranjeros viajarán a India en busca de atención médica, mientras que en 2002, el número era sólo de 150.000.” Es de remarcar que la posibilidad de atraer pacientes extranjeros puede ser una fuente importante de comercio exterior para los países de bajos ingresos.

El GATS introdujo un estímulo importante para favorecer el intercambio de servicios de salud. En primer lugar, estableció una serie de principios para liberalizar el comercio<sup>22</sup>:

- 1) la aplicación incondicional de la *cláusula de la nación más favorecida*, esto es que todos los miembros del GATS deben ser tratados en las mismas condiciones que cualquier otro proveedor extranjero de servicios
- 2) el *acceso a mercados*, el cual se garantiza al prohibir limitaciones en relación con varios aspectos, incluyendo el número de proveedores, el monto de la inversión o la cantidad de empleados; y

<sup>21</sup> Philip Stevens. Op.cit.pag.15.

<sup>22</sup> Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS), Parte II, Art. 2.

3) el *tratamiento nacional*, lo cual significa que los servicios y los proveedores extranjeros deben ser tratados de la misma manera que los nacionales.

### 6.3. Características del comercio de servicios y el turismo de salud

El comercio internacional en materia de servicios de salud está regido por el GATS, y abarca los servicios hospitalarios, médicos, odontológicos, de enfermería, de partos, de fisioterapia y de asistencia paramédica. De acuerdo con este tratado, el comercio de servicios de salud se define como el suministro de un servicio<sup>23</sup>:

a) *Del territorio de un [país] Miembro al territorio de otro [país] Miembro.* (Cuando se refiere a ‘miembros’ se habla de los países que adhirieron al acuerdo)

Abarca el comercio de servicios de salud transfronterizo, el cual se realiza a través de medios electrónicos por vía de las telecomunicaciones u otros medios de transporte. (Comercio transfronterizo)

b) *En el territorio de un [país] Miembro al consumidor de servicios de otro [país] Miembro.* Incluye el desplazamiento de los clientes o consumidores para comprar servicios de salud en el país extranjero donde esté establecido el proveedor del mismo. Por ejemplo, la atención médica directa a pacientes extranjeros. (movimiento de consumidores)

c) *Por un proveedor de un [país] Miembro a través de la presencia comercial en el territorio de otro [país] Miembro.* Comprende el establecimiento de empresas extranjeras o de sus filiales para brindar todo tipo de servicios de salud en otro país. (Establecimiento de presencia comercial extranjera)

d) *Por un proveedor de servicios de un [país] Miembro a través de la presencia de individuos de un [país] Miembro en el territorio de otro [país] Miembro.* Implica el desplazamiento de prestatarios individuales de servicios (personas físicas) en cualquier rama de actividad de servicios. (Movimiento de proveedores individuales)

Aunque el Turismo de Salud se presente como una modalidad particular de intercambio de servicios a través del movimiento de consumidores, los cuatro tipos de servicios indicados guardan cierta vinculación con él. No obstante, no debe dejarse de lado que la motivación principal del turista de salud es la de recibir atención para su salud, y en este punto cabe aclarar que debe diferenciarse el uso de servicios y/o atención brindada a los turistas por profesionales para atender problemas que estén vinculados o sean consecuencia del viaje.

Los servicios de salud revisten una importancia estratégica dado que “el acceso a los mismos es un requisito indispensable para el desarrollo humano y por lo tanto ha sido garantizado en la mayoría de las legislaciones nacionales como derecho del ciudadano y/o como deber del Estado. Su acceso en condiciones adecuadas es un signo del nivel de bienestar de una sociedad. [...] Por estas razones fundamentales, el sector salud es de importancia estratégica para el desarrollo nacional y los servicios de salud se consideran como servicios básicos conjuntamente con los de educación, vivienda y otros servicios sociales indispensables para la inserción del hombre y la mujer en la sociedad<sup>24</sup>”

De las cuatro modalidades de comercio de servicios descritas líneas más arriba, se enfocará el análisis en la atención a pacientes extranjeros. Dentro de los intercambios internacionales en materia de salud, la compra de servicios en países desarrollados por personas que viajan a esos países para recibir atención médica, representan la mayor parte.

---

<sup>23</sup> Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS), Parte I, Art. 1.

<sup>24</sup> Díaz, David; Hurtado, Margarita; “*EL comercio internacional de servicios de salud: principales cuestiones y oportunidades para los países de América Latina y el Caribe*”. Publicaciones del Programa de Políticas de Salud, División de Salud y Desarrollo. Organización Panamericana de la Salud [OPS], Washington, D. C.; julio- 1994. Internet, marzo de 2008. Disponible en: [www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF](http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF)

En este punto cabe una aclaración: la mayoría de los textos, artículos y documentos consultados para este trabajo hacen referencia al comercio de los servicios de salud a nivel país, por eso hablan de ‘pacientes extranjeros’ como ya se ha mencionado, el presente trabajo centraliza su análisis dentro de la provincia de Buenos Aires, por lo tanto, además de considerar al turismo de salud como alternativa potencial para captar divisas a través del consumo de servicios de salud por parte de pacientes extranjeros, también se contemplarán aquellos casos que provienen del interior de nuestro país.

Según el informe elaborado por Margarita Hurtado y David Díaz<sup>25</sup>, los tipos de servicios que principalmente demandan los turistas-pacientes (extranjeros) se pueden agrupar en cuatro áreas: “servicios hospitalarios especializados; atención ambulatoria en medicina y odontología; servicios paramédicos y servicios de salud conexos, y; servicios para la promoción y recuperación de la salud relacionados con el uso de recursos naturales como aguas termales (además se incluyen la hidroterapia, la talasoterapia, y los spa).” Dentro de estas cuatro áreas, dicen los autores que “los principales tipos de servicios comercializados en el campo internacional son los servicios de nivel terciario de alta tecnología. Estos son demandados generalmente por pacientes de alto nivel de ingresos quienes pagan por ello directamente de su bolsillo. [...] En general, los servicios de nivel terciario mas demandados [...] son los tratamientos especializados y quirúrgicos que requieren atención hospitalaria, alta tecnología y personal altamente calificado como cirugía plástica, cirugía de trasplante, cirugía cardiovascular, cirugía oftalmológica, diagnostico y tratamiento oncológico, entre otros<sup>26</sup>”.

---

<sup>25</sup> Díaz, David; Hurtado, Margarita. Op.cit.pag. 17.

<sup>26</sup> Ídem ant.

## **Capítulo II – Oferta:** **Diferentes modalidades dentro del Turismo de Salud**

### **1. Concepto de Oferta**

La prestación del servicio dentro del ámbito del turismo de salud abarca las instalaciones que ofrecen los servicios propiamente dichos a los turistas o pacientes, y los operadores de turismo que los promueven. Es preciso, por lo tanto, definir los correspondientes conceptos implicados; a este respecto la Organización Mundial del Turismo<sup>27</sup> [OMT] define a la **oferta turística** como aquella que está “compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística [...] Es en conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. En tanto que por **operadores de mercado** refiere a “aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. (Agencias de viajes, compañías de transporte reguladas, organismos públicos y privados). Desempeñan un rol de intermediarios”.

### **2. Composición de la oferta de Turismo de Salud: características de sus diferentes modalidades**

En virtud de la definición de Turismo de Salud adoptada dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS), a continuación se detallan las modalidades que la misma comprende, analizando por separado los diferentes subproductos conforme dicha definición:

#### **Turismo de Salud**

##### **2.1. Turismo Termal**

###### **2.1.1. Termas**

Las **aguas mineromedicinales** son aquellas que, formadas en el seno de la tierra, emergen espontáneamente o mediante captado y que, por sus características físicas y/o químicas, pueden ejercer efectos terapéuticos. Dichos efectos benéficos guardan relación con las cualidades físicas, químicas y biológicas de las aguas al momento en que éstas emergen, dado que, en muchos casos, la conservación o envasado de las mismas conlleva una pérdida o alteración de tales propiedades terapéuticas. Es por esto último que se hace referencia a que el aprovechamiento de las propiedades de las aguas termales debe llevarse a cabo en las cercanías del manantial o punto de nacimiento para asegurar su eficacia.

El **turismo termal** o termalismo hace referencia al “conjunto de actividades relacionadas con el uso terapéutico de la aguas minero-medicinales. El eje central del ‘turismo termal’ no es otro que el balneario. [...] un balneario o estación termal es aquella instalación que dispone de aguas minero-medicinales declaradas de utilidad pública, de servicio médico y de instalaciones adecuadas para llevar a cabo los tratamientos que se prescriban.”<sup>28</sup>

En la actualidad, las estaciones termales son complejos de renovada importancia, no sólo por el aspecto médico, sino por el papel turístico y social que desempeñan. A diferencia de cómo eran concebidas antiguamente, las termas en el presente no son lugares exclusivamente para el tratamiento de enfermedades, sino que ahora también está dirigido hacia gente joven y

---

<sup>27</sup> Organización Mundial del Turismo; *Introducción al Turismo*. Madrid, España. 1998.

<sup>28</sup> María Elisa Alén Gozalez, Lorenzo Rodríguez Comesaña; “Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”; Revista Galega de Economía, año/vol. 13, nº 001-002. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España, junio-diciembre 2004.

sana. Los establecimientos se han modernizado, ampliando su oferta, superando su función de rehabilitación, curación o prevención de enfermedades; para convertirse en centros de vacaciones de salud para quienes desean unas vacaciones tranquilas, pero no por ello aburridas.

Las estaciones termales prestan un importante servicio a la sociedad: “atención a la tercera edad, prevención de enfermedades infantiles, enfermedades reumáticas, respiratorias, curación de estrés de los ejecutivos, artistas y políticos, preparación de deportistas, tratamientos para cura de adelgazamiento, belleza, anticelulitis... entre las más solicitadas de estos establecimientos. Se trata, por tanto, de lugares adecuados tanto para personas sanas, como afectadas por alguna dolencia, y aconsejables como prevención, con servicios demandados cada vez por mayor número de personas”<sup>29</sup>.

Las características físico-químicas de cada terma está determinada por su recorrido subterráneo, su profundidad, la temperatura, el tiempo de tránsito, los compuestos minerales y la variedad de rocas del subsuelo por las que pasan las aguas.

En cuanto a los beneficios que producen los tratamientos termales, el doctor Néstor Hugo Ficosecco<sup>30</sup> ha elaborado una lista, detallada a continuación:

- En la mayoría de los casos, las aguas termales no se contradicen con las terapias habituales.
- Casi no poseen efectos indeseables.
- Permiten que se reduzca -y en algunos casos se eliminan- los medicamentos que se ingieren.
- Actúa en enfermedades crónicas, donde es muy difícil encontrar alivio por otros medios.
- No cura totalmente, pero sí detiene procesos dolorosos crónicos.
- Permite su uso para estética y prevención de enfermedades comunes.
- Estimula la circulación periférica.
- Provocan relajación muscular.
- Facilitan la actividad cardiorrespiratoria.
- Producen notable sensación de bienestar.

#### 2.1.2. Propiedades y beneficios de las aguas mineromedicinales<sup>31</sup>

- a) Estimulan las defensas del organismo.
- b) Depuran la sangre, eliminando toxinas por sudoración y diuresis.
- c) Reactivan el metabolismo.
- d) Reeducan el sistema termorregulador.
- e) Provocan una dilatación en la red vascular, con el correspondiente flujo sanguíneo, tornando al organismo, resistente al frío.
- f) Tienen efectos revitalizadores sobre células y tejidos.
- g) Se obtienen resultados analgésicos y antiespasmódicos.
- h) Son sedantes del sistema nervioso.

Conociendo cuáles son los beneficios de las aguas termales se puede realizar un listado con las afecciones que pueden ser tratadas con las mismas; si bien las aguas mineromedicinales no curan de manera definitiva estas dolencias, ayudan a paliarlas:

- a) Reumatismos crónicos inflamatorios, una vez pasada la fase aguda.
- b) Reumatismos crónicos degenerativos (artrosis)

---

<sup>29</sup> Alejandro López López; “El medio ambiente y las nuevas tendencias turísticas: referencia a la región d Extremadura”. Observatorio Medioambiental, nº 4, 2001. Internet, marzo 2008. Disponible en: [www.ucm.es/BUCEM/revistas/ccaa/11391987/articulos/OBMD0101110205A.PDF](http://www.ucm.es/BUCEM/revistas/ccaa/11391987/articulos/OBMD0101110205A.PDF)

<sup>30</sup> Agustín Francisco Gubert; “Termalismo en Argentina”. Termasalud.com - Cámara Argentina de Termalismo y Turismo Salud. Internet, Mayo 2008. Disponible en: [www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo\\_en\\_argentina.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo_en_argentina.pdf)

<sup>31</sup> Idem ant.

- c) Reumatismos para-articulares (ciáticas, otros)
- d) Reumatismos metabólicos (gota, otros)
- e) Secuelas de traumatismos, recuperaciones
- f) Afecciones crónicas del aparato respiratorio
- g) Afecciones de la piel (eczemas, dermatosis)
- h) Soriasis (blanqueamiento)
- i) Neutralizan la acidez estomacal, facilitan la secreción de jugos gástricos, mejoran la digestión, dispepsias en general.

### 2.1.3. Contraindicaciones

Por otra parte, es preciso dejar asentado que existen ciertas contraindicaciones para el uso de las aguas mineromedicinales, que es necesario conocer y respetar para lograr un buen resultado terapéutico con las mismas. Esto debido al carácter excitante y estimulante de estas aguas, por lo que no siempre es recomendable su uso en fases agudas, o brotes de reagudización de algunas enfermedades, tales como:

1. Úlceras gástricas
2. Cardiopatías descompensadas
3. Hipertensión severa
4. Nefritis
5. Procesos asmáticos en crisis
6. Tuberculosis
7. Distintos tipos de tumores y cáncer

### 2.1.4. Características terapéuticas de las aguas termales

Las características terapéuticas de las aguas termales radica en sus componentes químicos, físicos y biológicos. Los efectos químicos se encuentran vinculados con las sustancias que posee el agua, los minerales que la componen, que al estar en contacto con la piel, pasan por ósmosis al torrente sanguíneo. En tanto que los efectos físicos se deben principalmente a la temperatura del agua, dado que ésta produce una vaso dilatación periférica, con la cual se mejora la oxigenación de los tejidos en la zona tratada y liberación de sustancias que producen efecto antiinflamatorio y calmante del dolor, con relajación muscular, provocando una sensación de bienestar. Por último, los efectos biológicos se producen por la acción de los microorganismos o macroorganismos que se encuentran en el agua, en compleja unión.

Los tratamientos que se ofrecen en los centros termales, constituyen un complejo proceder terapéutico en el cual intervienen amplia variedad de factores:

- las características minerales de las aguas,
- las técnicas de administración de las mismas,
- factores ambientales y climáticos,
- el plan de actividades diarias,
- el régimen alimentario-dietético,
- ejercicio y reposo adecuados,
- influencias psicosociales,
- otros.

Todos los factores tienen importancia, pero son las aguas mineromedicinales y sus técnicas de aplicación los factores esenciales dentro del proceso terapéutico. A continuación se describirán estos dos factores.



#### 2.1.5. Clasificación de las aguas mineromedicinales<sup>32</sup>

Se pueden considerar diferentes criterios generales para clasificar las aguas termales: según su origen geológico, tomando en cuenta su composición física, o en función de su composición química.

- En función de su origen geológico

a) *Magmáticas*: Son aguas primitivas. Surgen de una directa relación con filones metálicos o eruptivos. Sus temperaturas son elevadas, siempre superiores a 50° C. Tienen un caudal periódico, rítmico y constante, siendo asimismo constantes, su temperatura y su composición. Caracterizan estas aguas elementos de emanaciones metálicas, como boro, fósforo, arsénico, bromo, cobre, nitrógeno

b) *Telúricas*: también son llamadas aguas de “infiltración”, dado que pueden surgir de cualquier terreno. Son acuíferos subterráneos que se enriquecen con las lluvias o precipitaciones. Su caudal es variable, según los regímenes de lluvia y estaciones del año. Las temperaturas rara vez llegan a los 50° C. El grado de mineralización es de mediano a bajo y la concentración de minerales está en inversa proporción con su caudal. En esta agua existen sales de cal y de magnesio, cloruros, bicarbonatos, etc.

- Por su conformación física:

Universalmente, en función de las temperaturas de las aguas, las mismas se clasifican de la siguiente manera:

- a) *Aguas frías*: Menos de 20 °C
- b) *Hipotermales o poco frías*: De 21° a 35 °C
- c) *Mesotermales o calientes*: De 35° a 45 °C.
- d) *Hipotermales*: Más de 45 °C.

- En función de los minerales que la componen<sup>33</sup>

Si bien las aguas minero-medicinales casi nunca se presentan en estado puro, sino que se encuentran mezcladas en distinta proporción, los siguientes son los principales grupos de tipos de aguas en función de sus minerales.

a) *Aguas sulfatadas*: las sales disueltas son principalmente sulfatos (SO<sub>4</sub>). La absorción de azufre bivalente a través de la piel produce un enriquecimiento del mismo en las estructuras articulares, mejora la vascularización interviniendo en procesos de oxidación-reducción y forzando el tropismo tisular. Su mineralización es elevada y su sabor amargo. Suelen ser utilizadas para tratamientos del aparato digestivo, usadas como laxantes, diuréticas, en alteraciones intestinales y gastritis.

b) *Aguas Cloruradas*: son las aguas comúnmente llamadas saladas, dichas sales principales son cloruros (Cl). Suelen provenir de una circulación profunda por las capas de sal de períodos geológicos muy antiguos. Se aplican externamente debido a su fuerte mineralización. Aumentan las defensas de la piel y se utilizan en alteraciones ginecológicas, lesiones musculares, traumatismo óseo y como estimuladoras de la función gástrica, hepática y biliar. Pueden ser, frías o calientes, gaseosas o no, llamándoselas, según estas variadas características y concentración: hipotónicas, hipertónicas; hipotermales, hipotermales. Las débilmente mineralizadas, iso o hipotónicas son sedantes, en tanto que

---

<sup>32</sup> Agustín Francisco Gubert; op. cit. pag.20

<sup>33</sup> López Morales, Manuel. “Los Balnearios como Centros de Salud”. Index Enferm. [online]. 2004, vol. 13, no. 47 [citado 2008-04-08], pp. 26-30. Disponible en: <[http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962004000300006&lng=es&nrm=iso](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962004000300006&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 1132-1296.

las fuertemente mineralizadas o hipertónicas, son de máxima acción local, resolutive y relajantes.

c) *Aguas bicarbonatadas*: Presentan en su composición bicarbonatos que pueden ser cálcicos o sódicos. Las aguas bicarbonatadas cálcicas tienen una agradable ingestión y se utilizan en procesos digestivos. La mayor parte de las aguas embotelladas son bicarbonatadas cálcicas y su origen procede de la penetración de las aguas por capas de rocas sedimentarias con una alta proporción de caliza. Las *bicarbonatadas sódicas* tienen un origen distinto. Están relacionadas con fenómenos volcánicos recientes y presentan frecuentemente gas carbónico en su composición, el cual le confiere ese paladar singular. Son administradas principalmente por vía oral o respiratoria. Se emplean también como agua de mesa y se utilizan en afecciones gástricas, hepáticas y renales.

d) *Aguas Ferruginosas*: Tienen alto contenido en hierro, fruto de la penetración de las aguas por terrenos que presentan vetas, filones o manchas de rocas ricas en este mineral. Están indicadas en casos de anemia, trastornos del crecimiento, obesidad y regímenes de adelgazamiento.

e) *Aguas Radiactivas*: Son poco frecuentes. Proceden de zonas muy profundas en contacto con materiales geológicos muy antiguos, generalmente intrusivos. Los componentes de litio, cobalto, níquel, radio, etc, en cantidades muy pequeñas, están indicados en tratamientos para combatir el estrés, la ansiedad, la depresión y alteraciones nerviosas. También para artropatías reumáticas, afecciones musculares, afecciones ginecológicas no tuberculosas ni tumorales, dermatosis (eczemas, soriasis). Favorecen la producción de hormonas de la corteza suprarrenal y las gónadas.

f) *Aguas sulfuradas*: contiene azufre y su temperatura es variable. Se utilizan para tratar dispepsias digestivas, hepatoprotectoras, problemas del hígado y son laxantes.

g) *Aguas carbogaseosas*: contienen más de 250 mg/L de carbónico libre. Si se beben estimulan la secreción gástrica y por medio del baño dilata los vasos de las arterias y de los plexos venosos de la piel.

#### 2.1.6. Técnicas de aplicación de las aguas

Las aguas mineromedicinales detentan un fuerte poder terapéutico dado por sus propios minerales y las características de cada tipo de agua, pero depende de las técnicas de aplicación que se empleen para poder hacer un buen uso de sus beneficios. Esto se debe a que la piel es una gran zona reflectógena, por lo que todo cuanto actúa sobre la misma conlleva un efecto resultante en el organismo. Por lo tanto, es importante identificar y determinar la técnica de aplicación a utilizar, dependiendo de cuál sea el efecto buscado y cuál sea la dolencia a tratar.

El agua, sea esta termal o no, tiene diversos efectos según se aplique en grandes o pequeñas masas, de acuerdo si se la usa en bañera o duchas, en función de que se la aplique fría o caliente. A su vez, deben considerarse otras variables tales como el tiempo de aplicación de las aguas, ya que los resultados dependerán de que el tiempo sea más o menos prolongado. También modifica los resultados según cuál sea el área de aplicación, sea ésta local o general. Otra variable es la temperatura a la cual se aplican las aguas; y se suman también la sensibilidad personal de cada paciente en particular, las condiciones de su piel, su temperamento, la edad, entre otros factores.

Considerando el factor térmico de las aguas, es preciso detallar que en función de la temperatura de las mismas, las técnicas de aplicación se clasifican como de sedación y de resolución. La sedación se obtiene con baños de inmersión a temperatura neutra, comenzando con 10 a 15 minutos de duración y no pasando de media hora, a la que se ha llegado progresivamente. Aparte de su efecto sedante sobre el dolor y la inflamación, tiene un efecto



desensibilizante. Por otro lado, la resolución se obtiene con baños de inmersión o duchas hipertermales y termales, con temperaturas progresivamente crecientes, desde 36° hasta 38° y en algunos casos más grados, durante 10 minutos al principio y progresivamente y con mucha prudencia 30 minutos.

En otro plano, se encuentran los estímulos de orden mecánicos. En este caso se trata de aquellos que actúan, mediante percusión o presión de un chorro de agua, olas, o agitación del líquido. Los elementos facilitadores de este estímulo, son del tipo de:

- *Hidromasaje*, en piletas individuales o piscinas, donde la percusión o presión, es recibida bajo el agua, en forma localizada o general, el resultado obtenido es de, resolución, antiflogístico y relajante muscular.
- *Hidropulsor*, chorro de agua, aplicado a fuerte presión que habitualmente se da a una temperatura de 35°, la duración oscila entre tres y diez minutos. Tiene una acción de masaje sobre la dermis subyacente, con la consiguiente movilización sanguínea, es recomendable su aplicación en casos de afecciones de la piel, tales como la psoriasis por su acción de descamación.
- *Pulverizaciones*, ducha final de un tratamiento con hidropulsor, es decir se dan a continuación de aquel y consiste, en aplicar una lluvia sin presión, sobre la piel que acabamos de tratar, para calmar, en el caso de la psoriasis, el posible dolor o molestia, causada por la presión de la ducha con hidropulsor.

#### 2.1.7. Vías de Aplicación

Las aguas mineromedicinales pueden ser administradas por todas las vías: oral, respiratoria y tópica, combinándolas con técnicas de aplicación apropiadas en cada caso según el tipo de agua, la afección a tratar y la tolerancia e idiosincrasia del sujeto.

La vía oral o de bebida consiste en la ingestión durante un tiempo variable de cantidades precisas de aguas mineromedicinales determinadas por el médico especialista y en función de la conveniencia del enfermo.

En cuanto a las aplicaciones externas, la más importante es la vía tópica de la balneoterapia. Entre las diversas modalidades Hernández Torres destaca<sup>34</sup>:

- “Los baños termales generales con agua minero-medicinal durmiente en bañera de balneación simple. Los mismos se suministran a una temperatura de 37,5 a 39° C, con una duración aproximada de 15 a 20 minutos. A continuación de recibir el baño caliente, se produce una reacción orgánica con una fase de hipersudoración que es facilitada mediante un período de descanso con la cobertura total del cuerpo con sábanas de lino o mantas, durante unos 30-40 minutos.
- Los chorros a media presión y temperatura entre 39 y 42° C, con salida única, dando lugar a una intensa acción mecánica (presión) y térmica.
- Otras aplicaciones externas son las afusiones, envolturas, compresas, abluciones, lavados o irrigaciones, aplicación de peloides, etc. También se imparten masajes subacuáticos y/o baños de hidromasaje, masaje bajo agua o «masaje de Vichy»”.

Por último, la vía atmiátrica o respiratoria, en la que se utilizan una serie de técnicas combinadas con las que se intenta hacer llegar el agua minero-medicinal del manantial y sus gases a los distintos sectores del árbol respiratorio. En estas técnicas se aplican inhaladores y propulsores de chorros para lavados nasales y gargarismos, nebulización colectiva en sala, nebulización individual nasofaríngea, estufa húmeda colectiva, baños de vapor, etc.

---

<sup>34</sup> Hernández Torres Antonio; “*Técnicas y Tecnologías en Hidrología Médica e Hidroterapia*,” Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias (AETS). Instituto de Salud Carlos III - Ministerio de Sanidad y Consumo, Madrid. Junio de 2006. Internet, mayo 2008. Disponible en: [www.isciii.es/htdocs/investigacion/publicaciones\\_agencia/AETS\\_50.pdf](http://www.isciii.es/htdocs/investigacion/publicaciones_agencia/AETS_50.pdf)

### **Síntesis**

En esta primera parte del capítulo se ha descrito una de las modalidades que componen la oferta de Turismo de Salud, definiendo qué es lo que se entiende por turismo termal, qué son las aguas mineromedicinales. A su vez, se hizo referencia a los cambios protagonizados por los centros termales a lo largo de los años, partiendo de aquellos que eran considerados como lugares de uso exclusivo para el tratamiento de enfermedades y dolencias, hasta convertirse en centros de vacaciones de salud, desempeñando en la actualidad un rol terapéutico, turístico, recreativo y social.

Por otra parte, se describieron las propiedades de las aguas; los beneficios y contraindicaciones de su aplicación; las características terapéuticas en función de sus cualidades químicas, físicas y biológicas; su clasificación y las técnicas más utilizadas para la aplicación de dichas aguas.

## **2.2. Medicina, Salud y Belleza**

Como hemos mencionado al momento de definir el concepto de Turismo de Salud en la actualidad, sabemos que el mismo se ha ampliado no limitándose únicamente al turismo vinculado con el disfrute de las aguas minero-medicinales. Tanto las organizaciones termales como los centros de talasoterapias tradicionales han sufrido reformas y procesos de readaptación durante la década de los noventa, por lo que paulatinamente se han ido incorporando en sus establecimientos nuevas tecnologías y avances en el ámbito de la hidroterapia, entre otras cuestiones. A su vez, a los establecimientos tradicionales se debe anexar toda una variada gama de modernos centros que incluyen alta tecnología y forman parte de la actual oferta de Turismo de Salud.

En el marco de las sociedades actuales fue asumiendo mayor importancia el concepto de calidad de vida como un factor importante para el buen desempeño cotidiano. Por tal motivo en el presente, es cada vez mayor la cantidad de personas que, agobiadas por el ritmo de vida acelerado de las ciudades y el estrés producto de las exigencias laborales, al momento de pensar en sus vacaciones priorizan aquellas propuestas que no solo cooperen con su distracción sino que favorezcan directamente la prevención y el reestablecimiento de su salud física, mental y espiritual.

Mónica Bolis<sup>35</sup>, citando a Margarita Hurtado hace mención a cinco grupos que podrían incluirse dentro de esta subcategoría:

1. **Servicios hospitalarios especializados:** Refiere aquellos servicios terciarios de salud altamente especializados prestados en hospitales o clínicas. Los mismos son brindados por profesionales de salud especializados en diversas instalaciones, para el tratamiento de una enfermedad o condición particular. Este tipo de servicios son considerados esenciales para recuperar la salud, por ejemplo aquellos tratamientos que demandan algún tipo de trasplante de órganos.
2. **Atención ambulatoria en medicina y odontología:** Abarca los servicios médicos ambulatorios y dentales que se prestan en consultorios. Dentro de este grupo se incluyen procedimientos más comunes, tales como controles de salud o implantes dentales.
3. **Tercer grupo:** Incluye los servicios de promoción y preservación de la salud que se brindan en clubes de salud, complejos o lugares con atributos naturales que son conocidos por efectos positivos sobre la salud. Abarca una serie de actividades y programas que son mayoritariamente de carácter preventivos, a pesar de que pueden incluir tratamientos para algunas enfermedades y/o dolencias.
4. **Terapias alternativas:** Comprende aquellas terapias propias de la medicina alternativa.

<sup>35</sup> Mónica Bolis; op. cit. pag.12.

5. **Cirugía estética:** Esta es la modalidad más común de intercambio de servicios; consecuencia de varios factores que se analizarán mas adelante, como por ejemplo, no necesitar de la referencia de un médico, por lo tanto los pacientes pueden acceder a los servicios de cirugías de modo mas directo, sin precisar estar cubiertos por seguros médicos, pudiendo analizar diferentes lugares y priorizar aquellos que le garanticen confidencialidad, profesionalismo y le resulten más económicos. Puede tratarse de cirugías plásticas reparadoras o simplemente ser de carácter estético.

En el presente trabajo, y considerando la clasificación anterior, analizaremos esta subcategoría dentro de la oferta de Turismo de Salud considerando el caso de los centros de salud y belleza, centros de talasoterapia, centros de estética, clínicas privadas, spa, hospitales, clínicas de cirugías plásticas y rejuvenecimiento, agencias de viajes especializadas, etc.

A continuación, se describirán las diferentes subcategorías antes mencionadas que se incluyen dentro del fenómeno del Turismo de Salud, vinculados a la medicina, salud y la belleza.

#### 2.2.1. Spa

El origen de los Spa se remonta a tiempos pasados en que las aguas termales eran utilizadas con fines terapéuticos. En la época romana un poblado de la actual Bélgica se había hecho famosa por sus baños rejuvenecedores, Miguel Khatchikian refiere a la misma diciendo: “Los sitios donde se ‘tomaban las aguas’ originalmente utilizaron el nombre de ‘Spa’, por la localidad belga homónima en la provincia de Leija, celebre por sus fuentes termales descubiertas en el siglo XIV.”<sup>36</sup> Etimológicamente, el término Spa proviene del latín “Salutem Per Acqua”. En la actualidad, refiere a todos aquellos establecimientos de ocio y salud, donde se utilizan terapias con agua, en las modalidades de piscinas, jacuzzis, parafangos, chorros, sauna, etc. La diferencia principal entre un spa y un balneario, es que en estos últimos, el agua tiene propiedades minero-medicinales, a diferencia de los spa donde el agua es la común. Por tal motivo, contrario a las aguas termales, un spa no depende de los recursos naturales de los alrededores. Por lo tanto, es habitual encontrarlos hasta en las grandes ciudades. Debido a que las bajas temperaturas aumentan los trastornos anímicos, el invierno se presenta como la temporada alta de estos sitios: el spa se sitúa como el lugar ideal para disfrutar de vacaciones reparadoras sin viajar. Otra de las ventajas que ofrecen los spa es la infraestructura al servicio de la comodidad y el gusto: se brindan variedad de opciones en cuanto a tratamientos, los cuales no siempre están vinculados al uso del agua. A su vez, además de brindar saunas o hidromasajes, se ofrecen diversidad de alternativas que complementan la oferta de actividades tales como el yoga, tai chi y amplia diversidad de masajes.

#### 2.2.2. Centros de Talasoterapia (thálassa - mar y therapeia - curación)

Habitualmente estos establecimientos se encuentran emplazados en la costa marítima o en sus proximidades inmediatas. Se caracterizan por el uso simultáneo y terapéutico del aire y del agua de mar; a la vez que combinan tratamientos con otros elementos afines al medio marino tales como la arena, algas, lodo, etc., utilizadas con fines terapéuticos por sus efectos benefactores sobre el organismo. Se trata de una técnica terapéutica que combina los baños de agua marina (hidroterapia), el clima marino (aeroterapia) y la radiación solar (helioterapia) aportando beneficios a los individuos tanto sanos como enfermos.

#### 2.2.3. Terapias alternativas

Se trata de las opciones de medicina o disciplinas alternativas que brindan servicios terapéuticos complementarios. A continuación se detallan algunas de las que más se ofrecen:

---

<sup>36</sup> Khatchikian, Miguel; op. cit. pag. 9.

- **Acupuntura:** es una de las prácticas médicas más antiguas, sus orígenes se remontan a la China de hace más de 2500 años. Esta práctica consiste principalmente en penetrar la piel con agujas de metal delgadas y sólidas usando las manos o a través de estimulación eléctrica. Al punzar ciertos puntos anatómicos del cuerpo se busca aliviar determinados síntomas asociados con muchas enfermedades. De acuerdo con las teorías de la medicina tradicional china, el cuerpo humano tiene más de dos mil puntos de acupuntura conectados por medio de vías o meridianos. Estas vías crean un flujo de energía (Qi, pronunciado "chi") a través del cuerpo que son las responsables de la salud en general. La interrupción en el flujo de la energía puede causar enfermedades. La acupuntura puede corregir estos desequilibrios cuando se aplica en los puntos de la acupuntura y mejora el flujo de Qi o Chi.
- **Aromaterapia:** Esta alternativa terapéutica comprende la utilización de aceites esenciales (extractos o esencias) de flores, hierbas y árboles para promover la salud y el bienestar. La aromaterapia también es una técnica milenaria, dado que a través de la historia, todas las culturas han utilizado los aromas y han puesto un sello particular a su uso. China y la India fueron quienes desarrollaron técnicas para la prevención y curación con plantas aromáticas e incluyeron su uso cotidiano para la salud y la belleza, así como para obtener bienestar y serenidad. En la América precolombina todas las culturas hicieron uso de las plantas aromáticas con fines curativos y rituales. La aromaterapia se basa en el sentido del olfato y la capacidad de la piel para absorber las sustancias lipófilas. Los terapeutas aseguran que la inhalación de determinadas fragancias hace que el cerebro libere endorfinas y productos químicos que combaten el estrés y la fatiga, a su vez que también se destacan los beneficios de los aceites tras ser absorbidos por la piel. Para su aplicación, los aroma-terapeutas combinan los masajes con aceites aromáticos.
- **Homeopatía:** se trata de una disciplina que utiliza sustancias orgánicas, minerales y vegetales para estimular las defensas inmunitarias del organismo. De este modo, se busca que el cuerpo movilice sus defensas propias, en contra de los agentes patógenos, virus y bacterias, y recuperar de esta manera su equilibrio, desestabilizado por los agentes de la vida moderna como son el estrés, contaminación, etc. El aprovechamiento de las propiedades curativas de las plantas es una práctica milenaria que nunca ha dejado de tener vigencia.
- **Chi Gong o Chi Kung:** forma parte de la medicina china tradicional que combina el movimiento, la meditación y la regulación de la respiración para ampliar el flujo de Chi (un término antiguo utilizado para lo que se cree es energía vital) en el cuerpo, mejorar la circulación sanguínea y afianzar la función inmune. Abarca terapias de hierbas, alimentación, meditación y ejercicios físicos que apuntan a restituir la salud.
- **Masaje:** esta terapia implica la manipulación del tejido muscular y conjuntivo para ampliar la función de dichos tejidos y promover la relajación y el bienestar. Se han desarrollado diversidad de masajes: de relax, descontracturantes, shiatzu, con esferas chinas, con aplicación de piedras calientes, etc.
- **Musicoterapia:** Utiliza las posibilidades de la música para inducir emociones, relax o placer como remedio terapéutico. Las áreas más importantes en las que la música tiene utilidad son la analgésica, pediatría, psiquiatría y geriatría.
- **Ayurveda:** Esta disciplina es un antiguo arte de curar, que se practica en India desde hace más de cinco mil años de manera ininterrumpida. Etimológicamente, la palabra tiene origen sánscrito, y de allí se deriva que "Ayur" significa vida y "Veda"

conocimiento, es decir que literalmente significa "la ciencia de la vida". Es más que un sistema médico, dado que se plantea como un complejo sistema de vida para promocionar la salud. Sus principios son universalmente aplicables a la existencia diaria de cada individuo. Ofrece soluciones prácticas a factores problemáticos de la medicina del siglo XXI en un marco de profundo respeto por la persona y la naturaleza. Centraliza su fuerte de acción en el área de prevención y cura de enfermedades, la preservación de la salud y la promoción de la longevidad. En virtud de cómo es la constitución de cada persona, esta terapia proporciona un plan integral para mantener y/o restablecer el equilibrio mente-cuerpo en base a la alimentación, la actividad física, las rutinas cotidianas, la armonía mental y el desarrollo espiritual, sumando el apoyo de hierbas medicinales y de técnicas de desintoxicación y rejuvenecimiento.

- **Yoga:** es una disciplina oriental que consiste en la práctica de una serie de posturas, denominadas ásanas, combinando con ejercicios de respiración y de meditación. Con la práctica se busca mantener o restaurar el equilibrio de nuestra energía interna, buscando preservar nuestro equilibrio entre la mente y el cuerpo para mejor nuestro bienestar en general.

#### 2.2.4. Centros de Salud y Belleza

Brindan servicios para satisfacer la demanda de aquellos turistas que se preocupan por el cuidado y su bienestar corporal. Aquí es menester aclarar que los servicios brindados por estos establecimientos no solo están dirigidos exclusivamente a los turistas, sino que también apuntan a satisfacer las necesidades de la población residente. En la mayoría de los casos, se encuentran emplazados en modernos establecimientos turísticos, adaptados a las nuevas tendencias de la demanda. Estos centros focalizan su oferta en función de los diversos tratamientos de puesta en forma, antiestrés, etc., por lo tanto no necesariamente tienen que estar vinculados a la utilización del agua termal o marina; más bien, tienden a plantear una oferta que procure lograr y/o preservar un buen estado corporal o al mantenimiento de la salud en general. Dentro de la oferta turística de un destino, generalmente estos tipos de centros forman parte de la oferta complementaria.

#### 2.2.5. Clínicas en General

Dentro de este apartado se incluirán todas aquellas opciones de clínicas u hospitales que ofrecen la posibilidad de realizar tratamientos odontológicos, cirugías plásticas, intervenciones quirúrgicas de alta complejidad, trasplantes, brindar tratamiento para alguna enfermedad en particular, etc. Se consideraran para este trabajo, aquellas alternativas que cuenten con algún programa para atención de extranjeros, o que brinden facilidades para que pacientes, tanto del interior del país como extranjeros, puedan acceder a los servicios brindados en el establecimiento (turismo medico).

Por ultimo, nos es preciso indicar que también se consideraran aquellas agencias de viajes que trabajen promocionando tanto el turismo de termas, como el turismo medico, los viajes de relax, etc. Considerando como primordial su trabajo como intermediarias entre la oferta de Turismo de Salud y su demanda.

#### 2.2.6. Particularidades del Turismo Médico

Antes de pasar al análisis de la oferta propiamente dicha en la provincia objeto de estudio, creemos pertinente referir a algunas de las características que hacen al turismo médico, como una de las particulares formas en que se expresa el Turismo de Salud.

Han surgido muchas maneras de llamar a algunas de estas nuevas propuestas: “turismo de bienestar”, “tours quirúrgicos”, “turismo medico”, “turismo terapéutico”, “turismo de

bisturi”, entre otras que han sido utilizadas principalmente por necesidades del marketing. Todas estas acepciones aparecen como alternativas al turismo convencional en las que se viaja a un lugar diferente del de residencia habitual para obtener servicios médicos, quirúrgicos (plásticas o estéticas), dentales, medico naturales y/o de cualquier otra índole a la vez que se aprovecha dicho viaje para realizar actividades turísticas, vacacionar y disfrutar del destino visitado.

Particularmente, en nuestro país, el turismo medico ha adquirido mayor importancia con el pasar de los años, en virtud de que tras la devaluación de la moneda después de la crisis institucional-económica del 2001, los servicios médicos en general se encuentran a un nivel de precios bajos comparados con otros países, principalmente con relación a los países desarrollados. Pero no solo por ofrecer bajos costos es que se ha producido este importante auge, sino que el cuerpo medico argentino es reconocido por su profesionalismo y por brindar servicios de alta calidad; a la vez que el país también se caracteriza por contar y disponer de alta tecnologías.

El turismo medico abarca una amplia variedad de servicios médicos: cirugías plásticas – lipoesculturas, liftings faciales, implantes mamarios y rinoplastias, entre otros – tratamientos odontológicos, de fertilidad y hasta operaciones cardiovasculares. Las empresas y/o agencias especializadas en esta temática suelen encargarse del alojamiento, traslados y atención por parte de profesionales y cirujanos de los centros médicos con los cuales mantienen acuerdos o convenios preestablecidos.

Es habitual – y preferible – que la oferta de turismo medico se concentre predominantemente en el sector médico privado, aunque recientemente se han dado algunos casos en que los hospitales públicos han lanzado campañas para atraer pacientes del interior del país, y algunos casos más osados tendieron a buscar atraer cierta demanda extranjera.

#### **Síntesis**

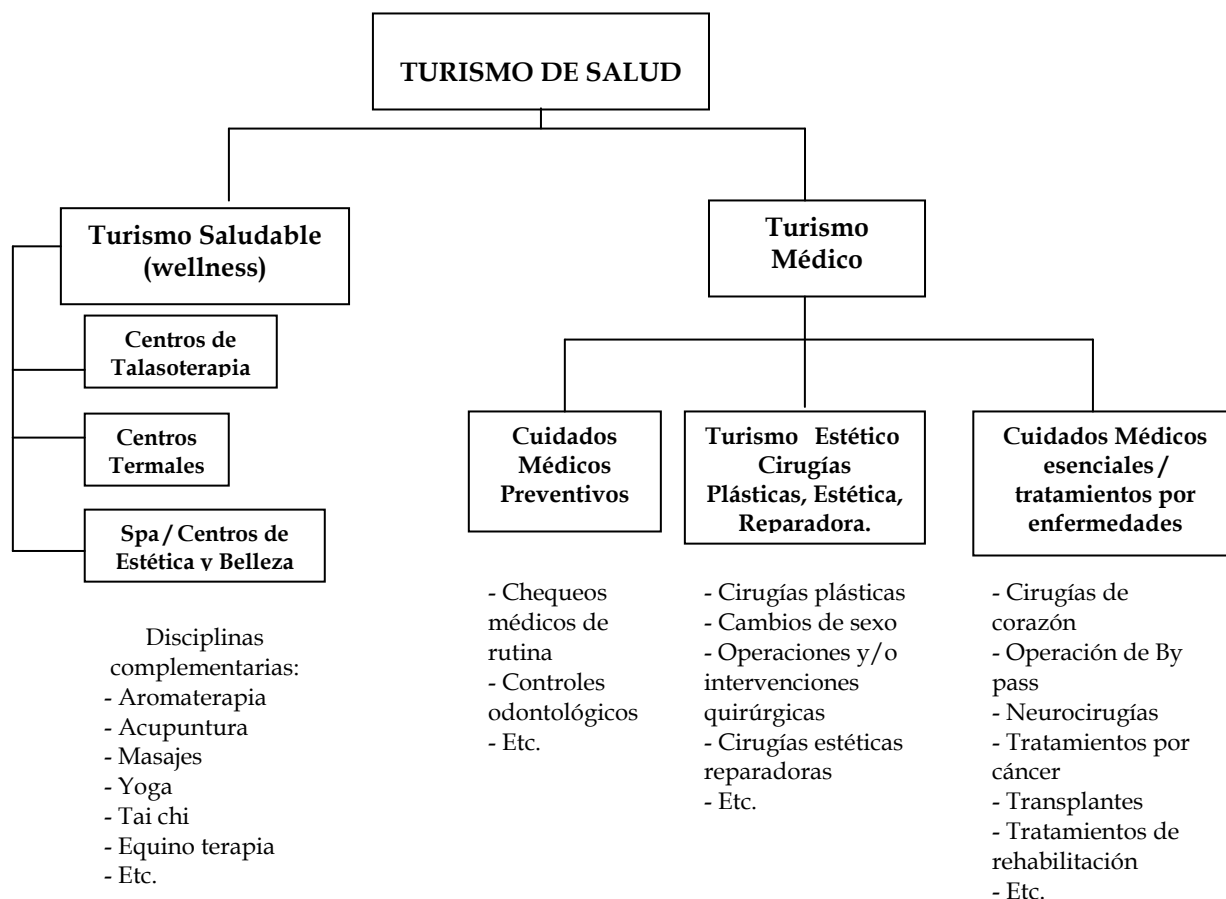
*En este segundo segmento se hace referencia a otras modalidades en que se expresa el Turismo de Salud; tomando como eje de partida que las opciones consideradas guarden relación con servicios médicos, de salud y/o belleza. En función de ello, se esbozó una categorización dentro de este aparatado en el que se expusieron cuáles son las submodalidades que componen la oferta de Turismo de Salud a analizar: centros de salud y belleza, centros de talasoterapia, diferentes tipos de terapias alternativas , spa, clínicas y hospitales en general, agencias de viajes especializadas.*

*El turismo médico, en tanto, mereció un tratamiento más puntal, debido a las particularidades que caracterizan al mismo.*

### **3. Finalmente... ¿Qué abarca el Turismo de Salud?**

A continuación se esboza un esquema en el cual se pretende sintetizar a grandes rasgos cuáles son las alternativas que abarca el concepto de Turismo de Salud tal cual se lo conoce en la actualidad y con el cual trabajaremos en el presente trabajo.





Fuente: Elaboración propia

Sin dejar de lado que tomamos de base la definición de Turismo de Salud esbozada en el PFETS 2016, pero considerando las descripciones pertinentes de cada una de las modalidades en que se da esta alternativa turística que hemos desarrollado en la primera parte de este capítulo, podemos redefinir los subproductos que la conforman en virtud de las necesidades de nuestro trabajo. Esto es, que volvemos a definir el concepto de Turismo de Salud para facilitar la recolección de datos, su comprensión y el posterior análisis de casos en la provincia. De esta manera, podemos concluir que se vislumbran dentro de la oferta global de Turismo de Salud, dos subproductos bien diferenciados con los cuales trabajaremos de aquí en adelante:

- 1- Turismo Saludable: dentro de la cual se engloban los centros termales, centros de talasoterapia - ambas opciones basan su oferta en atributos naturales que se utilizan por sus efectos positivos para la salud - y los Spa y Centros de estética y belleza. Por último, también se incluyen en este subproducto, aquellas disciplinas alternativas que complementan la oferta de servicios. (en definitiva: termalismo, talasoterapia, áreas wellness)
- 2- Turismo Médico: dentro de este subproducto, hemos distinguido tres modalidades diferentes en virtud de cuales sean los servicios médicos requeridos. Así, podemos hablar de aquellas personas que procuran servicios médicos a modo de cuidados preventivos; otro caso es el de aquellas personas que buscan realizarse alguna cirugía plástica, sea por cuestiones estéticas o se trate de una cirugía de carácter reparadora (turismo estético); por último, identificamos aquellos casos que buscan cuidados médicos más especializados o tratamientos específicos por alguna enfermedad.

#### **4    Conclusiones del capítulo**

En el presente capítulo se buscó describir cuáles son las diferentes modalidades que constituyen el producto Turismo de Salud. Tomando como punto de partida la definición esbozada en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 [PFETS], que contempla al Turismo de Salud desde una concepción amplia, no supeditando el concepto únicamente al termalismo; hemos identificado dos subproductos bien diferentes que constituyen este producto turístico. Fue menester definir qué abarca cada uno y cuáles son las características que los particularizan, en virtud de que se evidencian como modalidades bien diversas una respecto de la otra, motivo por lo cual merecen diferente tratamiento al momento de efectuar su análisis, dado que presentan distintas problemáticas, como diferentes son los aspectos implicados en el desarrollo de su oferta, entre otras cuestiones.

Por tal motivo, nos resultó pertinente reformular aquella definición bosquejada en el PFETS 2016 y que nosotros hemos adoptado, para facilitar la comprensión del fenómeno Turismo de Salud en la actualidad y simplificar nuestro análisis sobre la oferta del mismo en la provincia objeto de estudio.

Por un lado, identificamos el Turismo Saludable, submodalidad que engloba el caso de los centros termales y centros de talasoterapia. También se incluye en este apartado la oferta complementaria: spa, centros de estética y belleza, disciplinas alternativas. Por otro lado, encontramos el caso del Turismo Médico, que abarca servicios hospitalarios especializados; atención ambulatoria en medicina y odontología; tratamientos; intervenciones quirúrgicas; cirugías plásticas; entre otros servicios de salud.



## **Capítulo III - Área objeto de estudio:** **Provincia de Buenos Aires**

A lo largo del presente capítulo buscamos, en una primera instancia, realizar un análisis de la oferta de Turismo de Salud, intentado describir cuáles son los casos que se presentan en la provincia, cuáles son las características de la misma, si existen zonas de mayor concentración, entre otras cuestiones. En una segunda instancia, procuramos realizar un análisis de la demanda de esta modalidad turística, sin buscar por ello realizar un exhaustivo estudio de demanda, más bien intentando otorgar una visión general de las particularidades que ésta presenta.

Ya sabemos que el Turismo de Salud, como una alternativa al turismo convencional, es una modalidad turística constituida por dos subproductos: las opciones de turismo saludable por un lado, y el turismo médico por el otro. Tanto para el análisis de la oferta, como para el de la demanda, se tendrán en cuenta estos dos subproductos que la componen.

### **1. Análisis de la oferta de Turismo de Salud**

#### **1.1 Consideraciones preliminares para el análisis de la oferta**

Habiendo realizado la descripción acerca de las alternativas que componen la actual oferta de Turismo de Salud, es necesario efectuar algunas aclaraciones previas antes de llevar adelante el análisis de la oferta existente en la actualidad en la provincia de Buenos Aires.

Ante todo es preciso dejar claro que dentro de la oferta del macro producto “Turismo de Salud”, como bien han señalado en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS) se diferencian dos subproductos: el turismo termal por un lado, y todas las alternativas relacionadas con la medicina, salud y belleza por el otro; remarcando al turismo médico como una de las opciones de mayor peso dentro de este último subproducto. Por lo que hemos decidido reformular aquella definición y planteamos de manera más práctica para nuestro estudio los dos subproductos que la conforman: turismo saludable y turismo médico, como ya mencionamos antes.

Para facilitar el análisis y en virtud de que en una primera instancia se observa que se trata de productos bien diferenciados en cuanto al servicio a ofrecer, como al público al que van dirigidos; los criterios de selección de casos respetarán las siguientes consideraciones:

- Centros termales y centros de talasoterapia. Se apuntó a aquellos casos que focalizan sus servicios en opciones vinculadas al uso lúdico, terapéutico, y/o recreacional de las aguas, ya sean estas de mar o se trate de recursos termales.
- Otras opciones relacionadas a la medicina, salud y belleza (oferta complementaria). Aquí se incluirán diferentes opciones de la oferta de centros de spa, hoteles-spa, apart-spa, centros de estética y belleza, y otras opciones vinculadas. Estas alternativas se consideran como servicios complementarios a las otras categorías antes mencionadas, dado que por sí solas no tienen el peso necesario para motivar el desplazamiento hacia un destino en particular.
- Turismo médico. Se trabajó en profundidad con el caso de este subsegmento. Para lo cual, ateniéndose a la definición del mismo realizada líneas más arriba, se analizaron casos de algunas clínicas generales, clínicas especializadas, clínicas de cirugías plásticas y de estética, y agencias de turismo dedicadas a la promoción y venta de viajes vinculados a esta modalidad en particular.
- Agencias de turismo especializadas.

## 1.2 Zona de Estudio: Provincia de Buenos Aires

La Provincia de Buenos Aires es una de las veintitrés provincias que conforman la Argentina. Es considerada la mas importante del país en virtud de su extensión, su población y la relevancia de sus actividades económicas. Se encuentra situada en la región centro-este, siendo sus limites: hacia el norte limita con las provincias de Entre Ríos y Santa Fe, hacia el oeste con las provincias de Córdoba, La Pampa y Río Negro, al sur y al este con el Atlántico y al nordeste con el Río de la Plata. Su capital es la ciudad de La Plata. Abarca unos 307.571 km<sup>2</sup> de extensión, considerándose una de las provincias más extensas del país, dado que ocupa el 11,06% de la superficie total. En cuanto a su población, teniendo en cuenta el ultimo censo nacional del 2001, la misma se estima en aproximadamente en quince millones de habitantes. Geográficamente, predomina en la provincia llanura pampeana, presentándose una inclinación suave hacia el Mar Argentino. Esta planicie se encuentra interrumpida por dos pequeños sistemas serranos, el de Tandilia de unos 500 msnm y el de Ventania de unos 1100 msnm.

En virtud de la descripción anteriormente detallada de cómo se compone en el presente la oferta de Turismo de Salud, a continuación se identificarán las diferentes zonas de desarrollo de esta modalidad de turismo en la provincia.

## 1.3 Turismo Saludable

### 1.3.1 Distribución geográfica de centros termales y de talasoterapia en la provincia



Fuente: Secretaria de Turismo de la Nación

De acuerdo con la Secretaria de Turismo de la Nación, en la provincia de Buenos Aires existen en la actualidad cinco complejos termales, y dos importantes centros de talasoterapia. Se describen a continuación.

### 1.3.2 Complejos Termales

#### ▪ Complejo Termal Los Gauchos

El complejo se encuentra enclavado en una zona netamente agrícola-ganadera, a unos 8 km. de Villalonga. Se accede al mismo por RN3, y dista a 110 km. de Carmen de Patagones, al sur de la provincia. Se trata de un emprendimiento privado que data desde 1928. Sus aguas mineromedicinales fueron descubiertas de manera casual, cuando en la zona se llevaban a cabo trabajos de perforaciones en busca de petróleo. Inmediatamente, y tras haberse analizado las propiedades terapéuticas de las mismas, nació una incipiente peregrinación de personas afectadas que concurrían a la zona a tratar sus distintas dolencias.

Hacia el año 1942 se inauguró el hotel que actualmente funciona en el sitio. Para el disfrute de las aguas, en la actualidad el hotel dispone de quince habitaciones y cuenta con baños privados, además de una pileta para baños generales. Se completa el complejo con un lago artificial de aproximadamente 2 ha, el cual recibe, a través de un canal, agua salitrosa proveniente de napas subterráneas que al subir a la superficie con gran presión y una temperatura de 80° C, se convierte en inigualable atractivo turístico. En el presente se han elaborado proyectos que procurar remodelar el complejo, adicionándole la construcción de baños termales privados y otros servicios para el bienestar y disfrute de los turistas.

Sus aguas son de tipo surgente, y se caracterizan por ser hipotermiales, clorobromoiduradas sódicas, sulfatadamagnésicas cálcicas, ferruginosas de mineralización hipermarina e hipertónica (3,6 veces mayor que las aguas frente a Mar del Plata). Hipotónicas. (29 y 40°C). Son recomendadas para el tratamiento de casos de reumatismo crónico y enfermedades de la piel.

#### ▪ Termas de Ceferino Namuncurá o de Pedro Luro

Están ubicadas hacia el suroeste de la provincia de Buenos Aires, dentro del partido de Villarino, más precisamente en cercanía a la localidad de Pedro Luro. Se encuentran a 122 Km de Bahía Blanca y a 812 Km. de Buenos Aires, se accede a las mismas por RN 3, hacia el Km. 809. Reciben el nombre de Ceferino Namuncurá, en conmemoración a quien fuera un santo popular de la zona y es a quien se atribuyen sus propiedades curativas.

Las aguas termales provienen de una perforación que tiene una profundidad de 900m. El pozo surgente se realizó para poder aprovechar un relieve geológico del subsuelo de la cuenca patagónica. En 1968, el Ministerio de Economía de la Pcia. de Buenos Aires construyó el Hotel Termal Municipal "Dr. Pedro F. Barragán", pudiendo de esta manera aprovecharse durante todo el año las propiedades y bondades de las aguas termales. Es muy probable que en toda la zona existan aguas subterráneas con características termales, pero en el presente sólo se explota el pozo ubicado en dicho Hotel Termal.

El complejo cuenta en su predio con un cómodo hotel que dispone de baños privados para poder disfrutar de las inmersiones. A su vez, también quienes no se alojen en dicho hotel pueden disfrutar de las aguas accediendo libremente a los baños termales dispuestos en bañeras y piletas en el pabellón externo, las cuales están destinadas a público en general. El hotel termal estuvo cerrado por un tiempo debido a reformas, pero reabrió sus puertas en enero del 2008, bajo el nombre de "Hotel de Termas de Ceferino SA". Uno de los principales accionistas del hotel, Gumersindo Moreno, indicó que las modificaciones que se llevaron adelante en el mismo buscaron darle una nueva funcionalidad termal al mismo. Para tal fin, se realizó una piscina termal cubierta y climatizada, con una circulación permanente que mantiene el agua termal a una temperatura aproximada de 38°C. Además de los baños termales en las bañeras privadas de cada habitación, los huéspedes podrán disfrutar del circuito de salud ubicado dentro de las instalaciones del hotel. También ofrecen gabinetes en los cuales se realizan baños termales con hidromasaje que tienen una intensa acción analgésica, vasodilatadora y reconstituyente. A su vez, se ofrece un ambiente cálido y armonioso en su sala de relax. Paralelamente, se está trabajando en un nuevo proyecto complementario denominado 'Laguna del Chanco', que es

una especie de charco con agua caliente, barro y un deck de madera en el cual se podrán realizar baños de fango.

En cuanto a las propiedades de sus aguas, se sabe que son hipermarinas, dado que ostentan más de 40 gramos de sal por litro de agua; además son cloruradas, sódicas -magnésicas, clorosulfatadas, sódicas-cálcicas, bromo-iodo-ferruginosas. Presentan una temperatura en la boca de la perforación de 70 ° C. Son aconsejadas en tratamientos para artritis, artrosis, lumbociática, ciática, reumatismo muscular, trastornos circulatorios, y de piel.

#### ▪ Termas de Carhué

Están ubicadas en la ciudad de nombre homónimo, la cual está situada a 520 Km. al oeste de la ciudad de Buenos Aires, en el distrito de Adolfo Alsina. El nombre de la ciudad quiere decir lugar tranquilo, lugar natural, en lenguaje de los primitivos pobladores de la pampa. El Lago Epecuén junto a sus Termas de Carhué, representan el principal yacimiento hidrotermal de la provincia de Buenos Aires, por lo cual se posicionan el principal destino termal de la provincia. Durante el mes de febrero se lleva a cabo en la ciudad la Fiesta del Turismo Termal, evento que fue declarado de interés turístico provincial. Es único en la Provincia e incrementa su convocatoria cada año.

Las aguas son del tipo de baño termal, y provienen de una inmensa laguna de aproximadamente 40.000 ha, llamada Epecuén, la cual detenta gran reconocimiento mundial debido a las propiedades de sus aguas hipermarinas: la combinación de grandes dosis de sulfato, yodo y cloruro que se dan en el lago lo posicionan como el segundo después del mar muerto. Su contenido en sales varía en proporción a su extensión por dilución o concentración. En sus orillas hay playas que se utilizan para helioterapia y recreación. También se obtienen barros que se usan como peloides. La profundidad máxima de la laguna es de 2 mts.

En un comienzo, la laguna fue apreciada y disfrutada sólo por los habitantes de Carhué hasta que en 1909 el Director del Ministerio de Obras Públicas de la Provincia de Buenos Aires fue informado del fenómeno médico y social que se comentaba acerca de la misma. El interés y el prestigio fueron creciendo, a partir de los años 20 se fueron creando hoteles y la gente comenzó a radicarse y a conformar una villa turística. Paulatinamente, el lago comenzó a posicionarse como un destino para el Turismo de Salud de la República Argentina. Por aquella época, la población de Epecuén era de aproximadamente 1.400 personas estables. Su capacidad hotelera alcanzaba alrededor de las 7.000 plazas distribuidas en 270 establecimientos del tipo hotelero, residencial casa de familias y departamentos. A partir de allí la historia de crecimiento de la villa no cesó: tres líneas ferroviarias llegaban a Carhué y su lago. Las empresas promocionaban pasajes con descuentos, incorporaban frecuencias y hasta instalaban oficinas de turismo en sus estaciones. Pero un hecho significativo cambiaría el curso de la vida de los pobladores de la villa. Pasados los años, por obras realizadas en el sistema de Lagunas Encadenadas - de las cuales el lago Epecuén es el último - comenzó a verse agua al lago, lo que hizo necesario que se deba construir en 1978 un murallón para contener el ingreso del agua al ejido. Durante el año 1985 se registraron importantes precipitaciones, y hacia el mes de noviembre el muro de contención que poseía más de 3.50 mts de altura sucumbió y poco a poco fue sumergiendo al pueblo y su rico pasado. El complejo termal recién comienza a resurgir hacia el año 1989.

El lago cuenta con aguas beneficiosas para la salud, dado que sus aguas cuentan con un alto grado de minerales, cloruro de sodio y sulfatos alcalinos y son frías y atermas - su temperatura es inferior a los 37 grados -. Los baños termales se logran termalizando el agua madre del lago, mediante calentamiento artificial, con lo cual se mejora su performance terapéutica. En cuanto a la composición química de sus aguas se destacan cloruros, sulfatos, ioduros, bromuros y azufre, con la peculiaridad de resultar aguas untuosas.

Son muy recomendadas para estados de agotamiento psico-físico, stress, insomnio, depresiones incipientes, efectos reconstituyentes y vigorizantes, afecciones reumáticas (artrosis-artritis reumatoidea -reumatismos extra- articulares, etc.), lumbago, ciáticas, enfermedades dermatológicas (soriasis, eccemas crónicos, pruritos, etc.), enfermedades orl (sinusitis-rinitis). También en casos de requerir tratamientos de rehabilitación por secuelas post-traumáticas

(yesos-fracturas), hemiplejias, paraplejias, espasticidades, reeducación motora, etc. La particularidad de la gran presencia de sales en las aguas potencia el principio de Arquímedes, la fuerza de empuje y el fenómeno de flotación, por lo que el cuerpo sumergido tiende a flotar naturalmente sin ayuda ni apoyo, permitiendo trabajar con articulaciones sin carga y aplicar una técnica hidro-termo-kinesio-terapéutica tendiente a curar, paliar o rehabilitar diferentes afecciones.

Con respecto a las instalaciones, en la ciudad existe un balneario Municipal y una gran cantidad de hoteles donde alojarse, que en la mayoría de los casos dispone de su propio spa para poder disfrutar de las aguas mineromedicinales. Además de completar su oferta con variedad de servicios como piscina, hidromasajes, jacuzzis, baño finlandés, ducha escocesa, fango terapia localizada y facial, limpieza de cutis sin y con masajes, manicura, belleza de pies y manos, drenaje linfático, tratamiento anti acné y anti age, hidratación corporal, etc. En virtud de informantes claves consultados pertenecientes a la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Adolfo Alsina, podemos afirmar que en la actualidad existen en la ciudad de Carhué ocho hoteles que poseen su propio spa, los cuales van desde una a cuatro estrellas. En ellos, el tratamiento que más se solicita es el baño termal, aunque también se demandan terapias específicas que se llevan a cabo con agua termal o con fango del lago.

#### ▪ **Termas Marinas**

Son las primeras aguas termales en la costa Atlántida. El complejo se encuentra emplazado en el parque Bahía Aventura, ubicado en el predio del Faro San Antonio, en el área de Punta Rasa, a 7 Km. del centro de San Clemente del Tuyú, en el Partido de la Costa y a 300 Km. de Capital Federal. Sus aguas provienen de las capas profundas de la tierra, que emergen a 40 grados hacia la superficie.

El complejo es un emprendimiento privado que se inauguró en enero del 2005 y que surgió a raíz de una investigación geológica que se llevó a cabo hacia el año 1999 y que determinó que existían posibilidades de que en los predios ubicados entre el complejo Mundo Marino y Faro San Antonio hubiese agua termal. Por tal motivo, se iniciaron las perforaciones, y en el año 2000, después de casi ocho meses, se logró hallar una napa de agua termal con más de 43°C de temperatura y fuertemente mineralizada. En virtud de la gran crisis económica que padeció el país, el proyecto se postergó un tiempo retomándose recién en el 2004 la iniciativa de construcción del complejo. En diciembre del 2008 las termas fueron merecedoras de la distinción por Programa de Directrices de Calidad en el producto Termal promovidas por la Sectur.

En la actualidad, el complejo termal ofrece actividades de recreación para niños, y de descanso para adultos. El complejo abarca 30 hectáreas, las aguas actúan como sedantes, dado que poseen un alto grado de sales y minerales; cuenta con cinco piletas de variadas formas y profundidades ubicadas en un entorno paisajístico de gran belleza y construcciones temáticas. La diversidad de formas y profundidades permiten que las mismas se adapten a los distintos usos y necesidades de los visitantes, los cuales pueden disfrutar de los 162 hidrojets instalados. Cuenta con pasillos cubiertos y semi cubiertos, duchas, vestidores y sanitarios, todo ello de excelente nivel y calidad.

Con respecto a las características de sus aguas, éstas son mineromedicinales por su temperatura, además de su alto contenido en sales tales como los cloruros, sulfatos, hierro, calcio, magnesio y sodio. Se diferencia de las aguas de mar por tener 3 veces más de sales, 3 veces más de cloruros y sulfatos y 5 veces más de calcio.

Terapéuticamente, tienen efectos revitalizadores sobre células y tejidos, a través de su uso se obtienen resultados analgésicos y antiespasmódicos, las aguas depuran la sangre y reactivan el metabolismo. También se emplea las aguas en el tratamiento de múltiples procesos patológicos y en la prevención y recuperación de afecciones diversas.



### ▪ **Complejo Irel**

Otro de los complejos termales que se destacan en la provincia de Buenos Aires es el Complejo Irel, conocido como el Instituto de Rehabilitación del Lisiado, ubicado en la ciudad de Bahía Blanca, al sur de la provincia. El instituto se fundó en el año 1958, con la finalidad de combatir la poliomielitis que afectaba al país. Actualmente ha extendido su oferta de servicios para poder satisfacer las nuevas demandas del paciente de alta complejidad, ampliando su campo de prestaciones hasta transformarse en un modelo prestador de orden específico para la recuperación del potencial o calidad de vida de las personas que han sido afectadas por las más diversas patologías, contando por tal motivo del reconocimiento de foros nacionales e internacionales. En cuanto a las propiedades de las aguas con las que se trabaja, éstas son aguas hipertérmicas, de surgente natural, con una perforación de 760 m.; presentan una temperatura de 54° C en perforación, en tanto que para tratamiento se usan aguas de 36° C a 38 ° C según indicación médica.

Las aguas son indicadas en caso de afecciones del aparato locomotor, enfermedades reumáticas, trastornos musculares, rehabilitación compleja con un equipo interdisciplinario dedicado al tratamiento integral del discapacitado motriz. Entre las técnicas empleadas se encuentran: hidrogimnasia, tanque de hubbart, hidropulsores, hidromasaje, fisioterapia y kinesiología. El Instituto dispone de especialistas en fisioterapia, clínica médica, urología, neurología, pediatría, traumatología, kinesiología, terapia ocupacional, fonoaudiología, psicología, asistencia social, educación física, prótesis, ortesis. Se brindan tratamientos con hidroterapia, el complejo cuenta con una pileta donde se pueden disfrutar de sus aguas térmicas, allí se lleva adelante el programa “Sistema Hidrotermal Profundo” el cual es coordinado por el Alejandro Enrique Giorgetti y los profesores Alberto Peralta y René Ocampos. A su vez, se complementa con hidrogimnasia, la cual consiste en gimnasia aplicada dentro de la piscina, con o sin elementos.

Dentro de la gama de oferta de servicios de rehabilitación, el Instituto IREL creó un espacio específico a través del cual promueve acciones para mantener el cuerpo en forma, bien oxigenado, elástico, flexible, sin sobrepeso: se trata del Club de Salud. Está abierto a todo el mundo, dentro del mismo se trabaja a partir de la constitución de grupos afines con los cuales se combinan diversas actividades, siguiendo una rutina semanal: caminatas al aire libre, bicicleadas, gimnasio, sobrecarga, aerobox, pilates mat, latino, etc, incluyendo reuniones sociales, para reforzar el grupo y promover los vínculos. Se ofrecen actividades aeróbicas y anaeróbicas, perfectamente dirigidas y controladas por profesionales experimentados (médicos, profesores de educación física, kinesiólogos e instructores) en los ámbitos apropiados, que incluyen controles nutricionales.

El Instituto en la actualidad cubre la asistencia rehabilitatoria integral de discapacitados del aparato locomotor residentes en Bahía Blanca, Punta Alta y una amplia zona de influencia de la ciudad y gran parte del país. Además, presta atención médica especializada a los pacientes con problemas neumopsicomotores, agudos, sub-agudos y crónicos.

### 1.3.3 **Centros de Talasoterapia**

El **Ocean Spa** es un centro de talasoterapia situado en la ciudad de San Clemente del Tuyú, provincia de Buenos Aires. Puntualmente se encuentra emplazado dentro del Complejo Turístico «San Clemente Country», ubicado en la ruta de ingreso y Av. XVIII a sólo 400 m de la rotonda de acceso al balneario. El centro fue inaugurado en 1992, se puede disfrutar del mismo durante todo el año. Abarca cuarenta hectáreas, en su spa cuenta con sauna seco, consultorios de terapias faciales, piscina marina a 37°C, gabinetes de fangoterapia, consultorio de masajes. También ofrecen allí sala de lectura, biblioteca, salón de relax y sala de meditación. Todas las instalaciones están rodeadas de amplios espacios verdes. Dentro del complejo, para quienes deseen alojarse en él, dispone de un lugar denominado Apart Castillo destinado a tal fin.

Con relación a las características químicas de sus aguas, las mismas son cloruradas, sulfatadas sódicas, ferruginosas. Presentan una temperatura que oscila desde los 23° C a los 37° C. En el

complejo se ofrecen diversidad de opciones para el disfrute de las aguas y otros productos tales como piscina al aire libre y cubierta, baños de inmersión, hidromasaje, ozonizador, baño en chorro, duchas, fangoterapia en cabinas, sauna, masoterapia, talasoterapia, climatoterapia, kinesioterapia, fisioterapia, gimnasia, dietas. A su vez, se han desarrollado cuatro programas diferentes en función de diferentes objetivos a satisfacer. Todos los programas incluyen el alojamiento en sector Castillo, todas las comidas, inmersiones en la piscina marina 37, sauna seco, masajes, fangoterapia, algas, terapias de revitalización facial acorde al programa específico.

Otro de los centros de talasoterapia que se destacan en la provincia es el **Manantiales Spa de Mar**, el cual está ubicado a 17 Km. al sur de Mar del Plata, dentro de las instalaciones del Club de Mar Torres de Manantiales. Mar del Plata está situada en la costa atlántica, al sudeste de la provincia de Buenos Aires, a 410 Km. de la Capital Federal. La ciudad es cabecera del Partido de General Pueyrredón.

El Centro de Talasoterapia dispone para su uso y disfrute de una piscina marina dinámica con hidrojeto, hidromasaje marino, hidromasajes individuales y ducha romana. A su vez, se complementa con los siguientes servicios e instalaciones: piscina climatizada de agua dulce a 29° C, sauna seco y baños de vapor, salas de relax ionizadas, centro de estética para tratamientos faciales y corporales.

Los tratamientos se realizan con agua del océano atlántico, a una temperatura de 38 ° C. El spa utiliza agua de mar viva -se extrae directamente del océano, a 200 mts. de la orilla- con todos sus componentes orgánicos e inorgánicos, pasando únicamente por un filtro de arena para no alterar su composición química.

Sus aguas son recomendadas para problemas en el aparato respiratorio, digestivo, locomotor, piel, relax, estética. Se puede disfrutar del balneario natural, piscina cubierta y al aire libre, hidromasaje, duchas, fango terapia en cabinas, sauna, talasoterapia, gimnasio. En el complejo se dan las tres condiciones esenciales para la optimización de la talasoterapia y los tratamientos corporales y faciales: aire de mar - algas - agua de mar.

El Apart Hotel Torre de Manantiales brinda servicios de alojamiento en sus departamentos con vista al mar de 2, 3 y 4 ambientes; además de dormis y cabañas en el Club de Mar, a metros del Spa, abiertas durante el verano. Quienes deseen alojarse en el Apart, disponen de traslado diario desde la Torre hasta el Spa.

#### 1.3.4 Alternativas termales incipientes

A lo largo de la investigación nos hemos encontrado con la existencia de varios proyectos en desarrollo de otras propuestas termales, como son el caso de Necochea, Pinamar, Tapalqué y Gral. Belgrano. A continuación se detalla someramente de qué se trata cada proyecto, en qué consiste y qué acciones se han llevado a cabo en cada zona en particular.

- **Aguas Termales en Pinamar**

Si bien el Partido de Pinamar aún no explota el termalismo como un atractivo de turismo-salud, se ha llevado adelante un estudio que permitió verificar la existencia de recursos termales bajo su suelo.

Durante el año 2005 se llevó a cabo un Acuerdo Marco de Cooperación y Asistencia Técnica en el campo de la geotermia, el termalismo y la investigación tecnológica entre la Municipalidad de Pinamar y el Servicio Geológico Minero Argentino con la finalidad de complementar, impulsar y orientar acciones que contribuyan a promover el desarrollo termal.

El informe con los resultados fue presentado por la Secretaría de Minería y el Centro Geológico Minero en el año 2007, a través del cual certificaban la existencia del recurso termal en la zona, situado a una profundidad de 1.100 metros, con una temperatura de alrededor de 42° a 43°, por lo que el fluido termal se ubicaría entre las aguas mesotermiales y muy probablemente su composición química estaría entre las aguas salinas de grado medio alto.

El estudio fue motivado en virtud de que, tras haberse realizado una perforación con el fin de extraer agua potable en la zona de Ostende, se descubrió la presencia de agua con alto grado de temperatura. Fue entonces que comenzó a manejarse la posibilidad de que se realice una evaluación para corroborar la factibilidad o no de tal hallazgo y, en caso de ser positivo el resultado, permitir determinar el potencial termal de la zona. Posibilitando, a su vez, la realización de una adecuada planificación en función de futuros emprendimientos.

Este tipo de informes constituyen en una herramienta de mucha utilidad para el desarrollo de complejos terapéuticos-recreativos, debido a que permiten a cada localidad o región el desarrollo sostenido de la industria turística, conservando la integridad del recurso natural.

Desde el Área Técnica de la Dirección de Turismo de Pinamar nos comunicaron que los informes elaborados fueron presentados ante inversores privados, pero en función de los elevados costos de inversión, no se evidenció un impulso importante sobre la inversión en el área de termalismo, tanto desde el ámbito privado como desde el público.

Durante el 2008 se procuró reflotar la iniciativa, sin lograr resultados hasta el momento. Una de las razones principales que obstaculizan el desarrollo de estas propuestas recae en que para llevar adelante algún proyecto termal se requiere una inversión elevada. Por otra parte, señalan que sería necesario llevar adelante un análisis desde el aspecto territorial como desarrollo turístico, en virtud de que el proyecto apunte a la creación de un lugar que sea donde se sustraiga el agua termal, sin plantear en dicho proyecto la realización de nuevos alojamientos, dado que la idea sería trabajar con los ya existentes. Sin embargo, hasta la fecha, no se habían registrado novedades de algún avance en la temática.

#### ▪ **Necochea: Complejo Médano Blanco**

En el caso de Necochea, la propuesta turístico-termal fue impulsada desde el ámbito privado, de la mano de la Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores (UATRE). El proyecto turístico presentado a mediados del año 2007 se denomina “Médano Blanco – Termas de Campo”. En dicho acto de presentación se dio a conocer que el complejo turístico se situará en la Estancia Médano Blanco, ubicada en el paraje de nombre homónimo, a 45 kilómetros al sur de la ciudad de Necochea. El predio fue adquirido por el gremio de los trabajadores rurales y consta de 42 hectáreas, en las que hay una laguna de casi 19 hectáreas y el casco antiguo de la estancia. Las aguas termales que manan del subsuelo del campo tienen 41° y registran una salinidad de 12,5 partes por millón, que les da mayores propiedades beneficiosas para la salud del cuerpo humano.

El emprendimiento está emplazado en una zona que ya detenta cierta relevancia turística dado que en ella se ubica el “médano blanco”, una de las dunas más altas de Latinoamérica, que mide alrededor de 100 metros. Es precisamente de esta importante duna de donde se extrajo el nombre con la cual se bautizó a la estancia en la que la UATRE lleva adelante el proyecto.

Al consultar la página web del emprendimiento conocimos algunas cuestiones vinculadas a las características del mismo y los detalles de la obra necesaria para poner el proyecto en marcha: la obra en cuestión demandará una inversión de alrededor 20 millones de pesos, además de 5 años de trabajo y se desarrollará en varias etapas. En primera instancia, se tiene previsto construir el centro termal con piletas cubiertas y descubiertas, gimnasio y todos los servicios necesarios para la atención de los visitantes. Paralelamente, se llevarán adelante trabajos tendientes a refuncionar el casco de la estancia, con un restaurante y un salón de recreación. En las siguientes etapas se edificará un complejo de alojamiento con capacidad para 400 personas, un área de deportes y un centro de convenciones.

A su vez, el proyecto también contempla el desarrollo de un “área histórica” que recreará la vida del peón de campo de principios de siglo XX, para lo cual técnicos de la UATRE y profesionales de la Arqueología planifican la restauración de las instalaciones que se encuentran en la estancia (galpón de esquila, herrería, materia, etc.).

La adjudicación de la primera etapa de concreción de la obra ya se firmó, y en la actualidad ya se han construido 8 kilómetros de entoscado en el camino que une el casco de Necochea con el emprendimiento turístico-termal de la organización gremial.



- **Tapalqué, posibilidades de un Complejo Termal**

La ciudad de Tapalqué está enclavada a dos kilómetros aproximadamente de la ruta provincial 51, en el centro de la provincia de Buenos Aires. Se trata de un lugar que invita a la pausa y el descanso. Actualmente, en la región se están llevando adelante estudios que buscan detectar la presencia o no de algún tipo de recurso termal en la zona, los cuales forman parte de una importante investigación científica.

Desde el Municipio, con el aval del actual intendente Gustavo Cocconi, se están realizando esfuerzos para impulsar el desarrollo de un proyecto termal en la localidad. Sin embargo, solo se trata de proyectos a futuro. Aun no se ha corroborado la existencia de agua termal en la zona.

- **General Belgrano: Proyecto Barranca Norte**

A principio de este año se conoció la noticia de que a orillas del río Salado, en la ciudad bonaerense de Gral. Belgrano, ubicada a unos 150 kilómetros de la Capital Federal, sobre la RP29, se construirá un nuevo Complejo Hidrotermal para poder hacer uso de las aguas descubiertas en su subsuelo con ciertas propiedades termales. Después de realizarse la perforación se pudo corroborar la salinidad de las mismas y la temperatura a la que emergen, la cual llega a alcanzar los 40 grados centígrados.

En definitiva, se trata de un proyecto de iniciativa público-privada, de capitales belgranenses, dentro del cual se llevan adelante cuatro obras diferentes: el complejo de aguas termales propiamente dicho (actualmente en etapa de construcción); un barrio cerrado llamado "Leufu-Kiñe", en el cual se contempla una zona de esparcimiento y prácticas de deportes náuticos (el barrio se desarrolla bajo la modalidad de fideicomiso, dado que la idea es que con la venta de estos lotes se financie parte del complejo termal); un área de zona comercial, con hotelería, restaurante, y comercios afines al turismo; y un área de reserva natural, que contará con un parque temático con especies forestales y animales típicos de la zona (a través de la provincia de Buenos Aires, se desarrollan trabajos que apuntan a la apertura de parte del río Salado para hacer una especie de lago en esta área)

En cuanto a las particularidades del proyecto, el mismo fue iniciado en el año 1998, con la compra por parte de inversores locales, de un predio de 30 hectáreas. La perforación de 800 metros fue realizada por iniciativa privada, el agua posee alta salinidad y sus componentes minerales principales son carbonatos, sodio, sulfato, y se extrae a una temperatura de 42°C en boca de pozo. En la actualidad, ya se han concretado algunas partes del proyecto, entre ellas: se ha gestionado el trámite ante la Autoridad del Agua y ante la Dirección de Hidráulica de la Provincia de Buenos Aires, para la autorización de explotación de los recursos de las napas de aguas profundas en la ciudad; sin embargo, aun están pendientes las obras de construcción de las instalaciones del complejo termal (confitería, duchas, baños y piletas).

Consultamos al Municipio de Gral. Belgrano sobre como estiman que afectaría el lanzamiento de esta proyecto al desarrollo turístico de la localidad, quienes desde la Dirección de Turismo nos comentaron que este incipiente proyecto les va a provocar cambios importantes a la ciudad, tanto en el plano económico, como el ambiental, y en el sociocultural. Si bien nos aclararon que la ciudad principalmente se desarrolla y vive de la actividad agrícola-ganadera, destacaron que la actividad turística es emergente, por lo que desde la actual gestión de gobierno se proponen acrecentar las propuestas que posicione a Gral. Belgrano como un destacado destino turístico. Es en este contexto que desde el municipio estiman que el Proyecto Barranca Norte va a generar muchos cambios y transformaciones en la ciudad en general, y en la actividad turística, en particular. En cuanto a la empresa que tiene a cargo la concreción del proyecto, ellos se proponen que el emprendimiento se integre al proyecto turístico global de la localidad, alcanzando el desarrollo armónico y sustentable, a través de la coordinación y planificación madura que debe existir entre la inversión pública y privada, cumpliendo cada una de ellas el rol que le corresponde dentro de la comunidad.

### 1.3.5. Otras opciones dentro de la oferta de turismo saludable

En otro plano, la oferta de turismo saludable se complementa con otros tipos de servicios, tales como los centros de salud, estética y belleza, y el caso de los spa. Respecto a este punto, Teresita Van Strate refiere a estas opciones con el término “wellness” de la siguiente manera: “wellness es la combinación de dos palabras inglesas Well been (sentirse bien) y Fitness (actividad física) por lo tanto se lo traduce como una manera de sentir bienestar. Los equipamientos de wellness procurar el bienestar del usuario. [...] Estos centros son más conocidos en nuestro país con el nombre de Spas”<sup>37</sup>. Habiendo realizado una previa investigación para identificar cuál es la localización de los mismos, se ha corroborado la existencia de zonas de concentración de tales establecimientos, por lo cual el análisis de la oferta se focalizará en dichas zonas puntualmente, a saber:

- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Gran Buenos Aires
- Partido de la Costa + otras localidades de la costa bonaerense
- Centros termales y de talasoterapia antes mencionados
- Otras localidades aisladas.

Se tendrán en cuenta las localidades donde se desarrollan las alternativas termales o de talasoterapia descriptas en el apartado anterior, debido a que el propio desarrollo y perfeccionamiento de tales complejos ha ido generando a lo largo del tiempo que se vaya diversificando y ampliando la oferta de servicios relacionado con el Turismo de Salud en tales destinos, como complemento de la misma. Para el análisis consideraremos solo el caso de los spa<sup>38</sup>.

En el mercado existen muchos tipos diferentes de spa, los cuales pueden ser clasificados bajo diferentes maneras, siempre de acuerdo a los productos y servicios que ofrecen a los usuarios.

Se ha observado que los mismos se ofrecen de manera independiente, como centros individuales que brindan una amplia variedad de servicios; no obstante, también se ha registrado que en muchos casos se presentan como un complemento de los servicios de alojamiento tanto en hoteles como en apart hoteles.

Por lo tanto, hemos agrupado en algunas categorías los diferentes tipos de spa que existen en la provincia, a modo de esbozar una tipología a través de la cual se observen cuáles son las características principales de los casos observados el espacio objeto de estudio.

### Tipos de Spa

- **Spa Urbano:** Son aquellos que se encuentran ubicados en plena ciudad y habitualmente son de fácil acceso a los usuarios. Generalmente son muy frecuentados por quienes que desean disfrutar un tiempo de cuidados para su cuerpo como de relajación. Los usuarios pueden permanecer un día, medio día o simplemente algunas horas. Están completamente dedicados a la salud, la belleza y el bienestar; ofrecen servicios simples que van desde un masaje facial, un baño o un masaje corporal hasta una gama de servicios de un día o medio día de duración que incluyen tratamientos faciales, tratamientos corporales, tratamientos de belleza, baños, masajes, tratamientos capilares, tratamientos de salud y bienestar, y en ciertos casos se lo acompaña de ejercicios y programas de personal training. La diferencia principal con los hoteles-spa es que estos no ofrecen servicios de alojamiento.
- **Spa de Campo:** Presenta casi las mismas características que un spa urbano, en algunos casos con la diferencia de contar con alojamiento para los usuarios. Pero la característica

---

<sup>37</sup> Teresita Van Strate, capacitadora de FEHGRA y de la Sector.

<sup>38</sup> En el Anexo I se detalla un listado por zonas de los spa más destacados de la provincia.

que lo particulariza es la de estar localizado en un medio rural, fuera del ejido urbano de una ciudad.

- **Spa de hotel (Hotel/Apart):** Se trata de aquel que está ubicado dentro de un Apart o un Hotel, en el cual ofrece servicios orientados al bienestar, belleza y salud de sus clientes siempre administrados por los terapeutas del lugar. Suele ser un servicio adicional y complementario para sus huéspedes, pero en la mayoría de los casos también está abierto al uso y disfrute de público en general. Habitualmente, esta última opción se suspende en periodos de alta temporada, limitándose el acceso al mismo solo para los huéspedes del hotel.

La mayoría de los casos cuentan con la modalidad de Día de Spa, opción a través de la cual ofrecen servicios brindados por profesionales pero que duran unas pocas horas durante el día. A través del mismo se puede acceder a las instalaciones del spa durante todo un día o solo por un par de horas. Incluye el paquete básico y si se desea acceder a otros servicios como masajes, tratamientos, se debe abonar un pago extra. Habitualmente cada spa cuenta con diferentes programas de día de spa, permitiendo que el usuario disponga de diferentes alternativas de acuerdo a las necesidades que tenga.

Dentro del marco de Simposio Turismo Salud y Termalismo, celebrado en septiembre del 2008, Teresita Van Strate, capacitadora de FEHGRA, brindó una conferencia sobre “*El negocio del Spa en el Turismo Salud*”, en el cual hizo mención al rol que ocupan hoy en día los spa dentro del Turismo de Salud, como modalidad turística en auge. Así llegó a la conclusión de que los spa o las áreas Wellness se han ido posicionando dentro de los hoteles y complejos termales como una unidad de negocios con identidad propia, lo suficientemente firme como para generar un impacto en los ingresos mensuales del hotel o del centro del que forma parte, dejando ya de lado el rol pasivo y de servicio complementario que antes desempeñaba. En otras palabras, dice al respecto Van Strate:

“Podemos concluir diciendo que la zona de spa o wellness dentro de un hotel ha dejado de ser la suma de una piscina, unos masajes y quizás un gimnasio con algunos aparatos, para convertirse en una nueva línea de negocios en pleno desarrollo y constituir un elemento diferenciador para aquellos hoteles que dotan a sus establecimientos de zonas dedicadas a la belleza, el bienestar y la salud de calidad, que seguramente servirán como elementos de fidelización, lo que a su vez redundará en una mayor rentabilidad de espacio en particular y del hotel o del establecimiento termal en general”<sup>39</sup>

La especialista consultada, señala que en este nuevo siglo, no se concibe un centro termal o de talasoterapia, o un hotel (no importando tanto su qué categoría detente, son la preocupación de brindar servicios personalizados a sus huéspedes) sin un spa, sin un área wellness, aunque se disponga de dimensiones pequeñas o se cuenten con equipamientos básicos.

#### **Síntesis**

*En la provincia de Buenos Aires, la Secretaría de Turismo de la Nación menciona los siguientes complejos termales: el Complejo Termal Los Gauchos, Las Termas Ceferino Namuncurá o termas de Pedro Luro, las Termas de Carhué, las Termas Marinas, y el Complejo Irel. Si bien todas las opciones pertenecen a la oferta de Turismo Saludable, es oportuno mencionar que en virtud de cómo esté orientada la oferta de servicios en cada caso, se puede hablar de que la misma está dirigida a ofrecer un “turismo de salud” propiamente dicho por lo que sus servicios apuntan a la profilaxis, prevención, alivio de dolencias y enfermedades, curas varias; o se trate de unas “vacaciones de salud”, en tal caso sus servicios apuntan a satisfacer las exigencias de aquellas personas sanas con determinadas dolencias, o las que desean elevar su calidad de vida, a la par de buscar cierta profilaxis o prevención de posibles enfermedades. De los casos*

<sup>39</sup> Teresita Van Strate, conclusiones publicadas en El Mensajero, periódico especializado en turismo, de publicación semanal; acerca de su ponencia “*El negocio del Spa en el turismo salud*” presentada en el Simposio Turismo Salud y Termalismo, Septiembre de 2008, Termas de Río Hondo, Santiago de Estero. Disponible en: <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/7783/1/un-recorrido-por-el-spa>

considerados en el presente trabajo, las cuatro primeras opciones ofrecen servicios para satisfacer tanto a aquellos que viajan por “turismo de salud” netamente como por “vacaciones de salud”. En tanto que el último caso se inserta exclusivamente dentro de lo que se delimitó como “turismo de salud” propiamente dicho.

Desde la Sectur, las acciones de promoción agrupan a estas alternativas en dos conjuntos; los centros de talasoterapia – Manantiales Spa de Mar y Ocean Spa - se promocionan en paralelo con las Termas Marinas, en tanto que el resto de las opciones se agrupan bajo el lema de “Termas Verdes” en virtud de estar emplazadas en medio de la llanura pampeana.

En cuanto a los spa, en una primera instancia, se identificaron las áreas de mayor concentración de los establecimientos que conforman la oferta complementaria, sobre las cuales se focalizó el análisis de casos. Luego se describió cuál es la tipología encontrada en función de las características mayoritarias de los casos contemplados agrupándolos en tres tipos: spa de campo, spa urbano y spa de hotel/apart.

#### 1.4 Turismo Médico

En la provincia de Buenos Aires, la oferta de turismo médico se centraliza en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires; no obstante, se encuentran otras alternativas dispersas por el territorio.

Para localizar e identificar las opciones más representativas se recurrió, principalmente, a la revisión de variedad de artículos periodísticos y de actualidad que hacían referencia a este particular modo de hacer turismo; a la vez que se consultaron diferentes sitios web a través de Internet que estaban vinculados a la temática. De esta manera, y ateniéndose a las dificultades que se han presentado para obtener y sobre todo acceder a la información, se identificaron una serie de clínicas, organizaciones y agencias de turismo que forman parte de la oferta de turismo médico<sup>40</sup>.

Según datos de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (ISAPS), desde el 2005 en adelante, la Argentina se ha transformado en el quinto destino en importancia en cuanto al turismo médico en el mundo. A su vez, realizando una comparación y jerarquización de los destinos mundiales de turismo médico observamos, cuáles son los principales y qué servicios médicos se especializan en ofrecer en cada caso:

Los Principales Actores Globales	Los Principales Actores Regionales
<ul style="list-style-type: none"><li>India (cardíaca, cirugía de la médula, cirugía plástica, odontología)</li><li>Suiza (rejuvenecimiento)</li><li>Sur África (liftings)</li><li>Isla Mauricio (injertos de cabello)</li><li>Rumania (cirugía estética)</li><li>Argentina (cirugía estética)</li><li>Hungría (tratamientos dentales)</li><li>Emiratos Árabes (Dubai Healthcare City: en 2010 se abrirá el mayor centro médico internacional)</li><li>Túnez (70 clínicas, 8.500 médicos)</li><li>Tailandia (cirugía plástica y dental)</li><li>México</li><li>Brasil</li><li>Colombia (apunta a los 25 millones de latinos que viven en los EE.UU.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Colombia (cuenta con amplia oferta de procedimientos)</li><li>Argentina (más orientado a procedimientos estéticos)</li><li>Brasil (orientado a procedimientos estéticos y dentales)</li><li>Cuba (orientado a procedimientos ortopédicos, hematológicos y otros)</li><li>El Salvador (orientado a procedimientos estéticos)</li><li>Perú (orientado a procedimientos estéticos)</li><li>Bolivia (orientado a procedimientos estéticos)</li></ul>

Fuente: “Turismo Médico. Un cluster incipiente y potencial para Costa Rica”. Ministerio de Producción. Costa Rica.

<sup>40</sup> El detalle de los casos seleccionados se puede consultar en el Anexo V.

Si volvemos sobre el esquema descrito páginas mas atrás, como ya hemos aclarado, dentro del subproducto de turismo medico coexisten diversas opciones que conforman su oferta global. Partiendo de esta base, y contemplando los casos tomados en cuenta para el análisis de esta modalidad en la provincia de Buenos Aires, hemos resuelto agrupar las diferentes alternativas en tres conjuntos en función de los servicios que ofrecen cada una.

En primer lugar, encontramos el caso de las Clínicas de Cirugía plástica, estética y/o reparadoras. Mayormente se trata de Clínicas o Centros Médicos Privados que ofrecen servicios de cirugía plástica en general, tanto a población residente local, personas del interior del país y/o personas del extranjero. Si bien, en la provincia existen diversidad y amplia variedad de clínicas que ofrecen este tipo de servicios médicos, se han considerado aquellos que han mostrado cierto interés en captar demanda extranjera<sup>41</sup>, para lo cual han desarrollado y/o creado algún departamento o área especializada que se encarga del armado de paquetes para aquellos pacientes-turistas extranjeros o del interior del país que deseen realizarse alguna operación o tratamiento en los mismos. De esta manera son las entidades quienes se encargan de contratar y coordinar la prestación de servicios de traslados, servicios de alojamiento, y en algunos casos también de contratar oferta de excursiones y/o viajes turísticos. Hay algunos casos que deciden simplemente limitarse a ofrecer servicios médicos, dado que no quieren mercantilizar tanto el comercio de servicios de salud. Por otra parte, notamos que la mayoría de las entidades que se han volcado a expandir su oferta de manera efectiva para captar demanda extranjera se encuentran emplazadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Los casos esporádicos que se presentan fuera de la misma, mayormente están vinculados a que los turistas-pacientes llegan allí porque conocen a alguien o tienen un familiar que vive en dicha zona.

Por otro lado, hemos agrupado otras alternativas dentro de lo que son los hospitales o clínicas privadas. La distinción con las anteriores, es que estas no limitan su oferta de servicios médicos a la oferta de cirugías plásticas, sino que también atienden variedad de dolencias, brindan diferentes tipos de tratamientos para enfermedades, de rehabilitación, etc. Lógicamente sus servicios están dirigidos a la población local residente, pero también apuntan a captar pacientes del interior del país y del extranjero. En algunos de los casos seleccionados se ofrecen servicios médicos bien especializados y son de reconocida trayectoria por lo que detentan cierto prestigio en cuanto a la calidad de sus prestaciones tanto a nivel nacional como internacional, tal es el caso de la Fundación Favaloro que se especializa en cirugía cardiovascular; o el caso de la CEGYR, quienes se especializan en procedimientos de reproducción asistida.

Por ultimo, encontramos el caso de las agencias de turismo especializadas en comercializar este producto y las entidades u organizaciones especializadas en la confección de viajes médicos. Tal vez se trate de los casos que se vinculan de forma más directa con esta manera de hacer turismo. Se trata pues de agencias u organizaciones que elaboran paquetes de turismo medico, actuando como intermediarios entre las personas interesadas y los cirujanos. De esta manera, ofrecen programar sus cirugías o tratamientos, a la par de que proponen realizar reservas de vuelos, reservas de habitaciones para su estadía, incluso ofrecen combinar el viaje con algún tour turístico, alguna excursión u otra actividad relajante durante su estadía, o una vez concluida la operación o tal vez en el periodo previo a la misma. No solo en la ciudad donde se van a atender, también ofrecen alternativas de paseo en el resto del país.

Generalmente, operan a través de espacios virtuales<sup>42</sup> a través del cual exponen una serie de pasos a seguir para la contratación y el acceso a sus servicios. Trabajan con un staff medico al que derivan los pacientes, y paralelamente se encargan de los servicios básicos tales como alojamiento (habitualmente trabajan con hoteles de categoría, 4 o 5 estrellas), traslados durante su estadía (que abarcan pasarlos a buscar por el aeropuerto, llevarlos al centro medico, otros),

---

<sup>41</sup> Dentro de toda la oferta de turismo medico se trabajó con este parámetro, en virtud de que nos vimos en la necesidad de acotar de alguna manera los casos a considerar en función de la existencia de excesivos casos, sabiendo que nos encontrábamos imposibilitados de abarcar todos ellos, no solo por la cantidad sino por la dificultad de acceder a la información más puntal de cada caso.

<sup>42</sup> Recomendamos consultar el Anexo VII en el cual se describen los pasos habituales a seguir por las empresas de turismo medico, es decir, la metodología de trabajo que emplean a través de sus sitios web para contactar al potencial consumidor, señalándole cuales son los beneficios a los que podrá acceder con la contratación de sus servicios.



ofrecen también acompañamiento al turista durante su estadía (a los exámenes prequirúrgicos, presentación del médico especialista, brindan asesores bilingües, acompañamiento post quirúrgicos), y finalmente visitas por la ciudad después de recibir el alta médica, en algunos casos, como ya mencionamos, también ofrecen viajes a los principales destinos turísticos del país.

### **Síntesis**

*Se han expuesto de manera esquemática algunas de las opciones que conforman la actual oferta de turismo médico en la provincia, dejando notar que las mismas se encuentran emplazadas principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en tanto que se identificaron otras distribuidas por el Gran Buenos Aires, y en menor medida en el resto de la provincia.*

*Para facilitar el análisis, se establecieron tres diferentes grupos que conforman la modalidad de turismo médico: 1) clínicas de cirugía estética; 2) hospitales y/o clínicas privadas; y 3) agencias de viajes y entidades u organizaciones especializadas en viajes médicos.*

## **2. Análisis de la demanda de Turismo de Salud**

### **2.1. Definición de demanda y otros conceptos relacionados**

A grandes rasgos, la Organización Mundial del Turismo define la **demanda turística** como aquella que está compuesta por el conjunto de consumidores – o posibles consumidores – de bienes y servicios turísticos. Otros autores, tales como Mathienson y Wall<sup>43</sup> la definen como “el número de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”. Por su parte, Jafar Safari<sup>44</sup> al referir a demanda turística la define como aquella que se “corresponde con el total de personas que participan en las actividades turísticas, un total que se presenta en el formato de llegadas o salidas de turistas, la cantidad de dinero que se gastan y otros tipos de estadísticas”. A su vez, este mismo autor detalla cómo se compone la demanda turística:

**Demanda efectiva o real:** la cual está compuesta por personas que de hecho toman parte en las actividades turísticas. Más específicamente se trata de la cantidad de turistas que se presentan en un momento y un lugar determinado, sumando la cantidad de bienes y servicios solicitados de hecho por ellos en ese lugar durante la permanencia en el destino.

**Demanda latente,** la cual hace referencia a aquellos aspirantes a compradores. Esta se divide en demanda diferida y demanda potencial.

- *Diferida:* refiere a aquellos casos en que las personas están dispuestas a participar en las actividades turísticas pero no lo hacen por carecer de conocimientos de apoyo o de acceso a las instalaciones turísticas. Aquí se evidencia cierta incapacidad por el lado del sector de la oferta a la hora de suministrar y poner en el mercado sus productos.
- *Potencial:* hace mención a aquellas personas que están dispuestas a participar, pero se ven condicionadas por circunstancias sociales y económicas desfavorables para ellos.

A su vez, nos pareció pertinente definir otros dos conceptos relativos a la demanda como son: el perfil del turista y el de estacionalidad.

<sup>43</sup> Mathienson, Alister; Wall, Geoffrey. “Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales”. México, Ed. Trillas 1990.

<sup>44</sup> Jafar Safari. “Enciclopedia de Turismo”. Madrid, Ed. Síntesis S.A., 2000.



- Perfil del Turista<sup>45</sup>

Considerando alguno de los factores determinantes antes mencionados se puede hablar del concepto de “perfil del turista” con el cual se trata de identificar las características principales de la demanda turística, para poder de esta manera saber qué segmentaciones presenta la demanda global del turismo de salud. Mathienson y Wall, afirman que para poder establecer el perfil del turista se deben considerar dos categorías principales: por un lado, identificar cuales son las características socioeconómicas de dicho turista; y por otro lado, describir las características de su comportamiento.

- 1- *Características socioeconómicas del turista:* aquí se deberán apreciar cuestiones tales como la edad, el nivel de ingresos, las experiencias previas; los cuales ejercen cierta influencia sobre las percepciones, actitudes y motivaciones del turista, afectando de tal manera las decisiones que este toma.
- 2- *Características de comportamiento del turista:* dentro del proceso de toma de decisiones que realizan los turistas, ejercen un papel primordial las motivaciones, las actitudes, las necesidades y los valores de los mismos.

- Estacionalidad

La estacionalidad es una de las particularidades que más caracteriza al mercado turístico. Dicho concepto hace referencia a cierta tendencia que existe a la concentración de la demanda, de los turistas en un determinado tiempo y espacio. De esta manera, surgió lo que se conoce como alta temporada, en la cual se produce la mayor concentración de turistas; y otro periodo de baja temporada, en la cual la recepción de turistas es más reducida.

Algunas de las causas de la estacionalidad son la inactividad de las empresas en temporada alta, o las vacaciones escolares que generalmente coinciden con la alta temporada, algunos hábitos poblacionales, el clima, motivos vinculados a la reafirmaron de clase: tales como la emulación, la imitación.

## 2.2. Características de la demanda de Turismo de salud

En primera instancia, como ya se viene manejando a lo largo del presente trabajo, se pre visualizan dos segmentos de demanda bien diferenciados que conforman la demanda global de Turismo de Salud, en función de los dos subproductos principales que componen dicha modalidad analizada: el turismo saludable por un lado, y el turismo medico por otro.

Respetando lo ante dicho, el análisis presente dividirá el estudio de demanda agrupando las alternativas de Turismo de Salud de la siguiente manera:

1. Opciones vinculadas al uso terapéutico-recreativo de aguas, sean termales o de mar: turistas termales, turistas que eligen opciones de talasoterapia.
2. Turistas médicos, diferenciando entre quienes viajan principalmente por cuestiones de estética (viajan motivados mayormente para realizarse cirugías plásticas) de aquellos que lo hacen para obtener diferentes servicios de salud (servicios de odontología, tratamientos, de obesidad, tratamientos de reproducción asistida, servicios médicos en general, etc.).

## 2.3. Subsegmento 1 - Turismo Saludable: opciones vinculadas al uso terapéutico-recreativo de aguas

### 2.3.1. Subsegmentaciones y motivaciones

---

<sup>45</sup> Mathienson, Alister; Wall, Geoffrey. Op.cit.

Entre las principales motivaciones que impulsan la concurrencia a un centro termal o de talasoterapia, se pueden mencionar la necesidad de pasar unas vacaciones en un entorno distinto, llevar a cabo una puesta en forma tanto física como psicológica, obtener beneficios para la salud de las propiedades terapéuticas de las aguas; por descanso, tranquilidad y relax; por intereses estéticos y de belleza; o simplemente para disfrutar de la naturaleza.

Tal es así que esta diversidad de motivaciones implica la existencia de diferentes tipos de clientes, lo cual exige prestar un servicio diferenciado, por lo cual la oferta tiende a componerse de una serie de servicios heterogéneos. Esto conlleva a que se torne aún más complejo realizar una segmentación eficaz de sus clientes.

A grandes rasgos, se pueden agrupar los distintos tipos de clientela en tres grupos: preventiva, curativa y/o de ocio. Si bien se trata de tres motivaciones bien diferenciadas entre sí, no significa que únicamente se presenten de manera aislada. Hay quienes concurren a las termas o centros de talasoterapia con la intención de obtener beneficios para su salud a modo de prevención, pero paralelamente también procuran disfrutar de actividades de ocio, por citar un ejemplo.

El Turismo de Salud se plantea como una actividad no excluyente, por lo cual se privilegia la necesidad de hacer posible la compatibilización de estas diferentes tipologías de demanda que concurren a los centros, de modo de constituirse en una actividad de carácter integradora.

Por su parte, la OMT plantea que el Turismo de Salud debe contemplar el aspecto médico, la rehabilitación, recuperación, la salud y el bienestar de las personas. Dentro de esta modalidad, los centros termales y los de talasoterapia son concebidos como centros curativos, pero también preventivos y como un lugar idóneo para el esparcimiento acorde a los parámetros de mejorar la calidad de la vida que imperan en la actualidad. Sin embargo, para lograr alcanzar un equilibrio armónico, conjugando turismo, ocio y salud es preciso adecuar las estructuras a las diferentes tipos de clientelas concurrentes.

### 2.3.2. Análisis de datos

Tomamos en cuenta, dentro de este subproducto turístico, el caso de la demanda que arriba a los centros termales, para lo cual nos basamos en información proporcionada por parte de la Secretaría de Turismo de los partidos donde se emplazan los dos centros termales más importantes de la provincia: Carhué, en el Partido de Adolfo Alsina, y Termas Marinas, dentro del Partido de la Costa. En el primer caso, los datos nos fueron proporcionados a través de una entrevista que le realizamos al Secretario de Turismo de la localidad; en tanto que en el caso de San Clemente, también desde su Secretaría de Turismo nos enviaron una serie de planillas con información producto de encuestas realizadas a los turistas y visitantes que arribaron a la ciudad, desde el 2007 hasta el presente. Por su relevancia, los hemos tomado de referencia para establecer las características de la demanda del turismo termal en la provincia.

En virtud de los datos aportados pudimos establecer que la edad promedio de los visitantes oscila entre los 35 años y 55 años aproximadamente. En cuanto al lugar de procedencia, se identificaron tres centros emisores principales: en primer lugar la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, seguido por el Gran Buenos Aires, y en menor medida algunas localidades del interior de la provincia.

Con relación al tipo de alojamiento seleccionado, no nos fue especificado en el caso de Carhué, pero si nos dieron referencias de lo que sucedía en San Clemente: allí el alojamiento extrahotelero es el de mayor preferencia, siendo la vivienda de alquiler de modo particular la que encabeza el listado, secundado por la vivienda propia o prestada, y seguidos por los camping, cabañas o bungalow. Los hoteles de 2 o 3 estrellas o apart hotel ocupan el cuarto lugar.

Refiriendo a las motivaciones, en el caso de Carhué, los datos que se nos proporcionaron guardaban relación directa con quienes visitaban la ciudad motivados por razones de salud; pero en el caso de San Clemente, al tratarse de datos más amplios, nos resultó interesante señalar que las mayores motivaciones de quienes arriban a la ciudad son por

vacaciones y ocio, visita a familiares y amigos, entre las mayoritarias, en tanto que las razones de salud ocupan un cuarto lugar en la escala.

En virtud de la duración de la estadía, en ambos casos el promedio es de unos 3 o 4 días, marcado por la limitación propia de un fin de semana. En tanto que los periodos del año en que se incrementan los arribos al el lugar se destacan las vacaciones de invierno y fines de semana largos, además de las clásicas vacaciones de verano.

En cuanto a la composición del grupo de viaje, generalmente se movilizan de forma colectiva: en familia, en pareja o con amigos, en ese orden de relevancia. Por último, la mayoría elige armar su viaje de manera independiente, por cuenta propia.

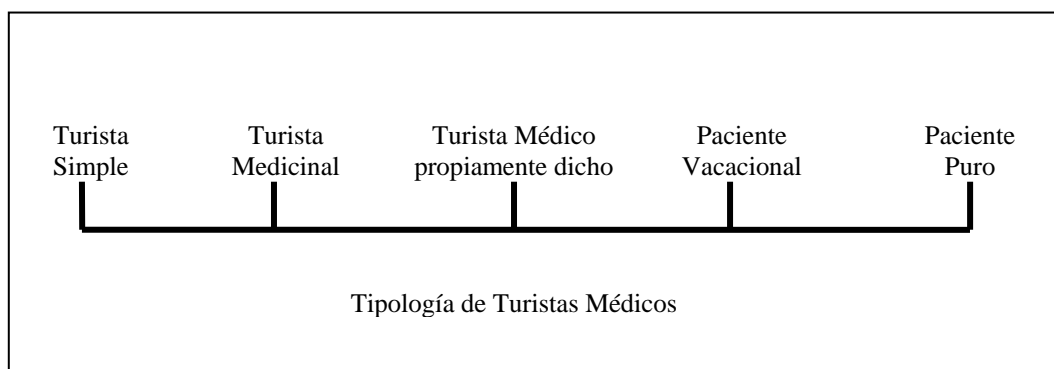
A su vez, debemos señalar que la demanda de servicios termales presenta cierta estacionalidad correspondiente con los meses de la temporada de otoño-invierno, por cuestiones climáticas que favorecen el disfrute de éstos, marcando una tendencia a que se busque durante este periodo este tipo de alternativa.

## **2.4. Subsegmento 2 - Turismo Medico**

### **2.4.1. Tipología de turistas médicos**

Considerando el documento realizado por Eric Cohen<sup>46</sup>, volvemos a definir desde su perspectiva qué se entiende por turismo médico. Es entonces que nos encontramos que en dicho documento este término alude a todas aquellas personas que viajan a otro país para recibir algún tipo de tratamiento médico que a menudo se combinan con vacaciones, o también refiere a aquellas personas que aprovechan la oportunidad de recibir algún tipo de tratamiento médico en el curso de sus vacaciones, sin que este haya sido un factor que motivó el viaje.

Se vislumbran en esta definición dos tipos de turistas médicos claramente diferenciados, dado que el fin que motiva el viaje es distinto en cada caso. Habitualmente sucede que en los informes estadísticos esta diferencia no es tomada en cuenta, no es aclarada, sino que se incluyen como un único turista médico a todos aquellos que viajan fuera de su residencia habitual y que durante dicho viaje han recibido algún tipo de tratamiento médico. Es por tal disonancia, que nos pareció interesante rescatar y desarrollar la tipología de turistas médicos propuesta por Eric Cohen. La misma se basa en el rol que desempeñan los tratamientos o servicios médicos en las motivaciones de los turistas, y se expresa a través de un continuo que va desde la nula incidencia de los mismos en las motivaciones que influyen el viaje hasta constituirse en la principal finalidad del desplazamiento.



Fuente: Eric Cohen; *“Medical Tourism in Thailand”*. Internet, noviembre 2008. Disponible en: [www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf](http://www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf)

<sup>46</sup> Eric Cohen; *“Medical Tourism in Thailand”*. Internet, noviembre 2008. Disponible en: [www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf](http://www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf)

1. **Turista Simple:** el cual puede ser definido como un turista individual que no hace uso de ningún tipo de servicio médico mientras disfruta de sus vacaciones en el país o región visitada.
2. **Turista Medicinal:** es aquel que recibe algún tipo de tratamiento médico a raíz de que le surge algún problema de salud incidentalmente durante su viaje en un país o región diferente del de su residencia habitual.
3. **Turista Médico propiamente dicho:** refiere a aquel turista individual que viaja hacia un país o región diferente del de su residencia habitual, viaje en el cual se encuentran contemplados de antemano tanto servicios turísticos como tratamientos médicos (tratamientos médicos que no guardan relación con el viaje, o sea que no son consecuencia de este). En otras palabras, es el caso de los turistas que viajan a otro país con la intención de recibir algún tratamiento o atención médica mientras vacacionan.
4. **Paciente Vacacional:** alude a aquel turista que visita cierto país o región siendo su principal motivación recibir algún tipo de tratamiento médico allí; pero a la vez utiliza el viaje para vacacionar por dicho país o región, aprovechando el periodo de convalecencia que sigue después de alguna operación o del tratamiento específico al cual fue sometido.
5. **Paciente Puro:** en este caso, se trata de personas que visitan un país diferente del de su residencia habitual solamente para recibir algún tipo de tratamiento médico, y no están interesados en las opciones de turismo que se ofrecen en tal destino, o sea que no vacacionan en el país.

En apariencias, los tipos 3 y 4 de turistas médicos parecen referir a lo mismo. Sin embargo, cabe aclarar que en el caso del turista médico propiamente dicho, los servicios turísticos ya están contemplados de manera previa a la concreción del viaje. En tanto que en el caso del paciente vacacional, estas opciones turísticas son consideradas una vez que el paciente-turista ya se encuentra en el destino visitado.

#### 2.4.2. Motivaciones - ¿Por qué viajar para obtener servicios de salud?

Este fenómeno se está extendiendo cada vez más, pero las formas que va adquiriendo el proceso y la velocidad de su crecimiento y expansión dependen de diversos factores, tanto en el plano nacional como en el internacional.

Mónica Bolis<sup>47</sup> ha mencionado en su documento algunos de las razones que se presentan para que exista la necesidad de buscar servicios de salud en el extranjero; tomando de referencia sus postulados y adaptándolas a nuestro trabajo, a continuación se describen algunas razones que actúan como motivaciones:

- Ausencia de servicios en el país, región o ciudad de origen

Es el caso de procedimientos experimentales y/o altamente especializados, de carácter terciario que demandan la existencia y disponibilidad de cierta tecnología de punta y de personal especializado. Por ejemplo, casos de trasplante de órganos, de cirugía cardiovascular, de cirugía de ojos, los tratamientos de cáncer, entre otras.

Aquí es preciso aclarar que la mayoría de los servicios demandados guarda relación con tratamientos que no representan gran riesgo vital, como los tratamientos de rehabilitación por ejemplo, que demandan altos costos en los países desarrollados. Es el caso también de las cirugías plásticas, los tratamientos con fármacos o la recuperación de problemas de estrés, por citar otros ejemplos.

---

<sup>47</sup> Mónica Bolis; op. cit. pag.12

- El costo: diferencia en los precios de venta de los servicios médicos

La carencia de seguros de salud, de cobertura médica y/o la escasez de recursos económicos representa un factor de peso para que, por ejemplo, los residentes de zonas fronterizas viajen a países vecinos; o el caso de personas de países desarrollados que recurren a países en desarrollo en busca de servicios de salud que sean más económicos y de igual o mejor calidad que en sus países de origen.

A este respecto, es de destacar que generalmente los precios de los servicios de salud en los países en desarrollo son sustancialmente menores que en los países desarrollados. Esto responde a la existencia de diferencias en varios planos, como lo ejemplifica Richard Bernal<sup>48</sup> en su artículo diciendo que “el precio de una operación de derivación coronaria en India equivale al 5% de su precio en los países desarrollados, y un trasplante de hígado cuesta en India la décima parte de lo que vale en los Estados Unidos”. Los motivos que explican estas diferencias de precios entre países desarrollados y en desarrollo son, por un lado, las diferencias de remuneraciones dado que en los países en desarrollo los costos por mano de obra son menores; por otra parte, el costo de los seguros contra demandas por negligencia profesional es también menor en los países en desarrollo, como dice Bernal “se estima en unos 100.000 dólares al año en los Estados Unidos y en unos 4.000 dólares en India”. Otro motivo que explica esta diferencia de precios es el valor de los insumos y de los servicios subcontratados que en el caso de países en desarrollo suele ser inferior, dado que el costo laboral en todos los sectores es menor que en los países desarrollados.

- Aspectos culturales

Refiere al acoso de aquellas personas que residen en una provincia, región o país diferente a la cual fuese su residencia habitual, pero más aplicable al caso de quienes se han ido a vivir al extranjero; dado que éstos pueden considerar regresar a su país/región/provincia de origen para recibir servicios de proveedores que hablan su lengua materna, o cuando se sienten más confiados en la relación médico-paciente.

- Tecnología

Un nivel de desarrollo tecnológico bueno abre la posibilidad de disponer y poder aplicar nuevas tecnologías para realizar y ofrecer la atención médica demandada o brindar servicios médicos innovadores, posicionando de esta manera al lugar en situación ventajosa en relación con otras zonas, menos favorecidas en este aspecto.

- Envejecimiento poblacional - La estructura de edades en los países desarrollados

Este apartado refiere más al caso de los ingresos al país de turistas provenientes de otros países que llegan para hacer uso de algún tipo de servicios de salud que se brindan en nuestro país, y no tanto a los desplazamientos producidos a nivel interior dentro del país.

Teniendo en cuenta el artículo “La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe” de Richard L. Bernal<sup>49</sup> se estima que en los próximos cincuenta años, “la población mundial de 65 años y más aumentará en aproximadamente 1.000 millones de personas, lo que se estima que representará cerca del 50% del crecimiento total de la población mundial. En los países desarrollados ya ha habido un cambio demográfico de este tipo, decisivo en la estructura de la población.[...] La disminución de la tasa de fecundidad y el aumento de la esperanza de vida al nacer han provocado el envejecimiento de la estructura demográfica y el aumento de la relación de dependencia de la población pasiva respecto de la activa. El aumento espectacular de la proporción de personas de edad en la población de los países industrializados supondrá asimismo un serio reto para la sostenibilidad de los sistemas de pensiones, la atención de salud y el crecimiento económico. [...] En los países desarrollados, los altos precios de la atención de la salud hacen que sea más económico viajar a países en desarrollo para recibir atención médica: por ejemplo, desde los Estados Unidos al Caribe septentrional y Centroamérica. [...] Son cada vez más las personas jubiladas de países desarrollados que van a vivir al extranjero, sobre todo a países en desarrollo de clima cálido, donde el poder adquisitivo de sus ingresos es mayor que, por ejemplo,

---

<sup>48</sup> Bernal, Richard; “La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe”. Revista de la CEPAL, N° 98; Agosto de 2007.

<sup>49</sup> Idem ant.

en los Estados Unidos. El mercado de servicios para **jubilados** aumentará marcadamente en los próximos 20 años”.

- Tiempo de espera:

El turismo médico también ha protagonizado un auge en cuanto a su popularidad a causa de las largas listas de espera para los tratamientos, o largos períodos de espera para someterse a intervenciones quirúrgicas, los cuales pueden abarcar meses o prolongarse hasta un año en algunos casos, a causa de la sobrecarga de los sistemas de salud de algunos países, principalmente se da en el caso de los países desarrollados. Quienes necesitan de acceder a algún tipo de tratamiento o intervención quirúrgica de manera rápida (ya sea por requerimientos de su salud, o simplemente por bienestar personal y calidad de vida) ahora tienen la opción de acceder al mismo mediante la búsqueda de estos servicios médicos en otros en otras regiones, países. Dichas largas esperas habitualmente actúan como un factor decisivo para aquellos que buscan tratamiento en otros lugares.

- Recuperaron en un entorno diferente:

El hecho de viajar para recibir algún tipo de tratamiento o someterse a alguna cirugía conlleva el valor agregado de estar en un lugar diferente al de su residencia habitual, por lo cual el periodo de recuperación puede ser mucho mas relajante. Al estar lejos del entorno habitual, el trabajo, se encuentra alejado del estrés y las tensiones que rodean su vida cotidiana, propiciando de esta manera su relajación y procurando el ambiente adecuado para que se concentre en mejorar y recuperarse. En virtud del lugar que elija y el tipo de cirugía que requiera, el pos-operatorio puede disfrutarse pasando unos días de relax en la playa, en la montaña o, simplemente descansando en las comodidades de un hotel de lujo.

Particularmente, en el caso de Argentina, el turismo medico, como alternativa potencial para captar demanda extranjera, se sustenta en tres factores principales, según la cita Mónica Bolis:

- El nivel de precios, en función del tipo de cambio utilizado en nuestro país, que torna conveniente la relación precio.
- La calidad de las intervenciones, sustentado en la amplia trayectoria y el prestigio que cuenta el cuerpo médico argentino en general.
- La disponibilidad de alta tecnología.

A todo esto, no debe dejarse de lado la variedad de servicios y sobre todo de atractivos turísticos para visitar y conocer tanto en la ciudad de Buenos Aires como en el país en general.

#### 2.4.3. Análisis de Datos

Obtener datos certeros y concretos sobre la demanda de este subproducto turístico nos ha resultado una de las tareas más difíciles durante la realización del presente trabajo. Por lo cual, y teniendo en cuenta que no buscamos realizar un exhaustivo estudio de demanda, el siguiente análisis se sustenta en la revisión de notas periodísticas y artículos publicados en revistas especializadas de los cuales extrajimos datos acerca de la demanda proporcionados por representantes de algunas de las empresas turísticas que proveen turismo medico en la Argentina. Subrayamos que estos datos refieren principalmente a los turistas extranjeros. Paralelamente, para conocer un poco las características de la demanda interna de turismo medico recurrimos a algunos trabajos estadísticos realizados por la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los cuales se hacía mención a los turistas internos y a los turistas extranjeros que arriban a la ciudad por razones de salud, y los tomamos como marco referencial para nuestro análisis. Destacamos aquí que nos resultó pertinente contemplar estos estudios, aunque éstos centralicen su ámbito de análisis en la Ciudad de Buenos Aires, por considerar que la mayor parte de la oferta de turismo medico de la provincia se encuentra concentrada allí (los casos de turismo medico en el resto de la provincia son esporádicos, y si bien la oferta está, la demanda guarda relación con que la gente que arriba allí conoce o tiene



algún familiar en la zona donde va a obtener servicios médicos). Consideramos tres informes: el Informe de Turismo Interno del año 2005 y el Informe de Turismo Interno correspondiente al fin de semana del 1º de mayo del 2006<sup>50</sup>, ambos informes centralizan su estudio en los arribos a la Ciudad de Buenos Aires de turistas internos; y también contemplamos los resultados obtenidos en el Informe Anual de Preferencias correspondiente al año 2008<sup>51</sup>, en el cual se encuestaron tanto turistas nacionales como extranjeros que al menos habían pernoctado una noche en la Ciudad de Buenos Aires.

Así, de los datos aportados por los tres informes tomados en cuenta, podemos definir un marco referencial de algunas de las características de la demanda de turismo medico, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, particularmente en el caso del turismo interno. En primer instancia, se estableció que el grupo de turistas internos mayoritario que visita la ciudad de Buenos Aires reside habitualmente en la región Centro del país (provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba), seguidos por las regiones Patagonia, Norte y Cuyo.

En relación a los motivos del viaje, en los informes sobre turistas internos se trabajó con una escala de importancia en cuanto a las motivaciones que más originan los desplazamientos: la visita a familiares y amigos, vacaciones, negocios y motivaciones vinculadas a la realización de tratamientos de salud, figuran entre las más relevantes. Por otro lado, en el informe de preferencias proponen otra escala: en primer lugar colocan a las motivaciones relacionadas a vacaciones, seguido por negocios, visitas a familiares y amigos, realización de trámites, estudios, salud y asistencia a ferias y congresos. Considerando sus preferencias en cuanto al tipo de alojamiento, la mayoría optó por pernoctar en hoteles, secundado en orden de importancia por el alojamiento en casas de familiares y/o amigos. Al cruzar variables tales como “motivo de viaje” y “tipo de alojamiento”, se observó que una de cada dos personas que arriban por motivos de salud se aloja en casa de familiares y amigos.

Entre los mecanismos más utilizados por los turistas internos para organizar el viaje, si bien se comprobó que la mayoría de la población turista interna organiza su viaje por medio de la reserva directa de los servicios requeridos, al cruzar esta variable con los motivos que tuvieron los turistas para venir a la ciudad, se advierten que aquellos que arriban por motivos de negocios, salud o con el objeto de asistir a ferias y congresos se pronuncian en una amplia proporción por la contratación de servicios por cuenta de terceros, no siendo así quienes tienen otras motivaciones.

En tanto que el medio de información para la organización del viaje más utilizado fue, en primer lugar, el uso de Internet, seguido por la familia y/o amigos, los medios masivos de comunicación, agencias de viaje, entres otras.

Tomando en cuenta las motivaciones de los turistas, se determinó que existen diferencias en cuanto a la conformación del grupo de viaje, por lo que afirman que más de la mitad de la población turista interna que arriba a la ciudad por razones de ocio, a pasar sus vacaciones y/o a realizar tratamientos para la salud, se moviliza de forma colectiva.

En el caso de los turistas extranjeros, la mayoría de los especialistas coincidieron en que el mayor caudal de turistas-pacientes se inscribe dentro el rango etáreo que va desde los 35 años a los 40 años; sin embargo también coincidieron en señalar un grupo importante de arribos de personas mayores a los 65 años. Al referirse al género mayoritario, indicaron que la mayoría son mujeres, quienes habitualmente viajan con el marido o algún familiar, y en menor medida hay quienes lo hacen acompañadas de una amiga.

Al referirnos a los países de procedencia, en primer lugar se ubican los estadounidenses; seguidos de ingleses y españoles. En menor medida, también arriban desde países latinoamericanos tales como Chile, Colombia o México. Esto no se corrobora con el informe de preferencias del año 2008, que sobre turistas extranjeros indicó los países limítrofes representaron la mayor parte de arribos de total de extranjeros, en segunda posición se ubicó Europa, seguido por llegada desde el resto de Latinoamérica y luego Norteamérica. Este mismo informe señala que los extranjeros optaron mayoritariamente por pernoctar en hoteles, seguidos por los hostels, y las casa de familiares o amigos en tercer lugar. Así como que el medio de

---

<sup>50</sup> Consultar Anexo VI – Datos Estadísticos de la Provincia de Buenos Aires.

<sup>51</sup> Consultar Anexo VI – Datos Estadísticos de la Provincia de Buenos Aires.

información más utilizado para organizar el viaje fue Internet, y en segundo lugar se ubican las agencias de viajes.

### **3. Conclusiones del capítulo**

Partiendo de la composición del producto Turismo de Salud descripta en el capítulo anterior, encaramos el análisis de la oferta y de la demanda de esta modalidad en la provincia de Buenos Aires, considerando los subproductos principales: turismo saludable y turismo médico.

En el caso de la oferta, a referirnos al Turismo Saludable, y en concordancia con la Sector, identificamos cinco complejos termales y dos centros de talasoterapia emplazados en la provincia: el Complejo Termal Los Gauchos, Las Termas de Ceferino Namuncurá o Termas de Pedro Luro, las Termas de Carhué, las Termas Marinas, el Complejo Irel, Manantiales Spa de Mar y el Ocean Spa. Los mismos se hayan dispersos geográficamente a lo largo de la provincia, destacándose dos de ellos por sobre el resto, en cuanto al desarrollo y posicionamiento en el mercado. Uno de ellos, el centro termal Carhué, detenta el principal yacimiento hidrotermal de la provincia, por lo cual se posiciona como el principal destino termal, avalado también por el aprovechamiento de los beneficios terapéuticos que se ha hecho de sus aguas desde principios del S.XX. Por otro lado, se destaca el complejo Termas Marinas que también se posiciona en el presente como un importante centro termal de la provincia, pero con instalaciones y un estilo más moderno; y considerando que el mismo es bastante nuevo, es importante remarcar que ha logrado darse a conocer y posicionarse en el mercado actual de manera estratégica. El resto de las opciones termales detentan un perfil más bajo en las cuales se han llevado adelante propuestas y acciones de remodelación tras un intento de modernizar sus instalaciones y adaptarlas a las nuevas exigencias de la demanda actual.

A su vez, también se identificaron algunos casos de desarrollo termal incipientes: Tapalqué, Pinamar, Necochea, Gral. Belgrano. Algunos de estos casos mencionados simplemente refieren a estudios que se han realizado sobre el territorio y que han permitido detectar la presencia o no de recurso termal en la zona; o casos en los que se está en pleno proceso de estudio e investigación. Tal es la situación de Pinamar, donde se comprobó la existencia de agua termal en la zona pero hasta el momento no se han presentado propuestas de inversión para encauzar el desarrollo de algún emprendimiento termal. En otros casos se están llevando adelante tareas de construcción y desarrollo de nuevos centros termales, como son los casos de Gral. Belgrano y de Necochea, permitiendo expandir la oferta termal dentro de la provincia.

En otro plano, trabajamos puntualmente con el caso de los spa en la provincia para referir a parte de la oferta complementaria dentro de lo que definimos como turismo saludable. Este último tiempo hemos visto proliferar cantidad de propuestas de spa en toda la provincia, por lo cual, para delimitar nuestro análisis centralizamos la atención en zonas puntuales, e identificamos una tipología de éstos que mejor se ajustaba a los casos contemplados. Dejamos notar que en el caso de los hoteles en la actualidad, el spa se ha posicionado como un excelente oportunidad al momento de invertir.

En el caso del Turismo Médico, al tratarse de un fenómeno relativamente reciente, es difícil su sistematización, si lo que se pretende es elaborar una base de datos que refiera a su oferta. No por esto creemos que es una tarea imposible, pero si reconocemos que no resultó un trabajo sencillo. De la investigación previa, al recavar datos e información sobre esta modalidad, evidenciamos que existe en la provincia de Buenos Aires una marcada concentración de la oferta de Turismo Médico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en el Gran Buenos Aires. Empero, no descartamos la existencia de otras alternativas que estén dispersas por el resto de la provincia.

El traslado desde el lugar de residencia habitual hacia otro, tanto dentro de un mismo país como fuera de las fronteras nacionales, en busca de tratamientos especializados y/o intervenciones quirúrgicas no es reciente. Sin embargo, éste ha tomado una mayor dimensión en los últimos años en relación a que, gracias al proceso de globalización, la búsqueda de servicios médicos ha traspasado dichas fronteras nacionales. Y los desplazamientos ya no solo

respondían a la ausencia de tales servicios en el país de origen, sino que comenzaban a intervenir otros factores tales como los menores costos de dichos servicios en los países en desarrollo en virtud del menor valor de la moneda de estos; o la saturación de los sistemas médicos por el envejecimiento poblacional en los países desarrollados, etc.

Debido a las dificultades con las cuales nos encontramos en el momento de identificar la oferta de turismo medico, establecimos que los casos seleccionados debían cumplir con el requisito de que no solo ofrecieran sus servicios dentro del mercado interno del país, sino que también procuran captar cierta demanda extranjera.

Dentro del turismo medico, considerando los casos analizados, diferenciamos tres grupos de acuerdo a los servicios que ofrecen: por un lado, agrupamos aquellas Clínicas de Cirugía Plástica, ya sea reparadora o estética; en un segundo grupo englobamos los Hospitales y/o Clínicas Privadas donde se brindan servicios hospitalarios especializados (tratamientos, trasplantes de órganos, etc.) o servicios de atención ambulatoria (servicios de odontología, por ejemplo); finalmente, el ultimo grupo está constituido por aquellas Agencias de Viaje y Entidades u Organizaciones especializadas en viajes médicos. Este ultimo grupo es quizás el que mas ha crecido este ultimo tiempo, son los casos de oferta de turismo medico mas reciente. Se trata de empresas dedicadas al impulso y la comercialización del turismo medico. Habitualmente trabajan con un staff medico al cual derivan a los turistas-pacientes, en otros casos trabajan con clínicas u hospitales privados a través de convenios. A su vez, se encargan de contratar servicios de alojamiento, traslados durante su estadía, proporcionan servicios de acompañantes a modo de apoyo y asesoramiento al turista en los exámenes pre quirúrgicos, en la presentación al medico especialista, o después de someterse al tratamiento o intervención puntual; también proponen visitas por la ciudad o paquetes para conocer otros destinos turísticos importantes dentro del país luego de que el turista-paciente haya obtenido el alta medico.

En la segunda parte del capitulo, se buscó proporcionar un panorama acerca de las características de la demanda del Turismo de Salud. Como consecuencia de la escasa información disponible acerca de la misma; y tomando en cuenta la dispersión y ausencia de sistematización de los datos existentes, nos resultó acertado trabajar con ciertos permisos para efectuar el análisis de dicha demanda. Tal es así, que en primera instancia optamos por considerar, lógicamente, la segmentación de la demanda del Turismo de Salud correspondiente. Partiendo de esta segmentación, acotamos aún más el foco de atención y, para el primer subproducto, tomamos en cuenta el comportamiento de los turistas termales; en tanto que para el segundo subproducto, si bien expusimos una tipología de turistas médicos –que sería bueno considerar para futuros trabajos -, no la tuvimos en cuenta para esta primera aproximación, en rigor de la poca información disponible acerca de la misma.

Inicialmente, observamos la existencia de tres motivaciones dispares dentro de la demanda termal: clientela preventiva, clientela curativa y clientela que va en busca de recreación y ocio. Esto exige que se contemplen actividades integrales dentro de las organizaciones termales; y si bien deben proporcionarse servicios diferenciados para satisfacer estas diversas necesidades, la propuesta final debe apuntar a hacer compatibles la existencia de clientes con diversas motivaciones dentro de cada centro termal. A rasgos generales, en la provincia la demanda de turismo termal mayoritariamente se corresponde con el rango etareo que va desde los 35 a los 55 años aproximadamente; los principales destinos de procedencia son la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Gran Buenos Aires y algunas localidades del interior de la provincia. En cuanto a la estadía promedio, ésta ronda los 3 o 4 días, limitada principalmente por que se trata de “escapadas” de fin de semana. Se vislumbra un incremento de demanda durante la temporada invernal y en los fines de semana largos. Habitualmente son viajes que se planean y arman de manera independiente, por cuenta propia de cada interesado.

Relativo a la demanda de turismo medico, describimos la tipología elaborada por Eric Cohen, con el objetivo de señalar que dentro de aquella coexisten diferentes tipos de turistas médicos, en virtud del lugar que desempeñen los tratamientos o servicios médicos dentro de las motivaciones de éstos al momento de realizar el viaje. También identificamos, a rasgos generales, cuales son los principales factores que motivan el traslado fuera del lugar de residencia habitual en busca de tratamientos y/o servicios médicos: la ausencia de servicios en el país, región o ciudad de origen; menores costos de servicios médicos; algunos aspectos

culturales, disponibilidad de tecnología, sobrecarga de sistemas de salud en países desarrollados por envejecimiento poblacional, que deriva en mayores tiempos de espera para acceder a tratamientos y/o servicios médicos; o una recuperación dentro de un entorno diferente.

Concretamente refiriéndonos al análisis de datos, debemos señalar, al igual que en el caso de los turistas termale, la posibilidad de obtener datos certeros y fehacientes de las características de la demanda de turistas médicos ha resultado más difícil aún. Por tal motivo, recurrimos a fuentes secundarias tales como datos producto de informes estadísticos elaborados por la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o notas periodísticas y artículos publicados en revistas especializadas que tratan la temática y aportan datos acerca de la demanda de turismo médico. Es por esto que, más que proporcionar un perfil concreto del tipo de turista médico que consume este tipo de turismo en la provincia, ofrecemos un panorama más superfluo, describiendo algunas someras características de esta demanda.

Distinguimos entre turistas internos y turistas extranjeros. En cuanto a los primeros, señalamos que la mayoría proviene del centro del país (Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe); los arribos por razones de salud como motivo principal se cuentan entre el cuarto o quinto lugar dentro de la escala motivacional elaborada. Del grupo de turistas que arriban por motivos de salud, la mayoría elige alojarse en casa de familias y/o amigos; al momento de organizar el viaje preferentemente optan por contratar los servicios a través de terceros; el viaje se realiza habitualmente de manera colectiva. Entre éstos, Internet encabeza el listado de los medios de difusión elegidos para la búsqueda de información y para organizar el viaje.

En el caso de los turistas extranjeros, podemos mencionar que la mayoría se encuentra dentro del rango etareo de los 35 a los 40 años, pero también se identificó un importante arribo de personas mayores a los 65 años. En cuanto al género, las mujeres son mayoría, quienes viajan habitualmente acompañadas de algún familiar y/o amigo. En cuanto a los países de procedencia, la mayoría coincidió en colocar a los estadounidenses como los de mayor volumen, seguidos por los ingleses y españoles. También se destaca el arribo desde algunos países latinoamericanos (Chile, Colombia y México). Internet aparece como el medio más elegido para buscar información del destino y para organizar el viaje médico.

Finalmente, y para sintetizar las características generales de la demanda de Turismo de Salud en la provincia de Buenos Aires, señalamos que en rangos etareos, existe un predominio de la población económicamente activa entre los 25 a los 50 años, como también el caso de los jubilados (mayores de 65 años); porcentualmente un 40% corresponde a los hombres, en tanto que con una 60% se posicionan las mujeres, constituyéndose el género mayoritario; en cuanto a las zonas de procedencia, la mayoría proviene de zonas urbanas (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, interior de la provincia y, en menor volumen, la región centro del interior del país); por último, entre las principales tratamientos que buscan destacamos: los vinculados a la estética, belleza y revitalización, acondicionamiento físico, reducción de peso, prevención y mejora de algunas enfermedades, alivio y mejora de algunas dolencias (artritis, artrosis, del aparato locomotor, vías digestivas, respiratorias, de la piel, etc.) y cirugías plásticas de carácter estético.

## **Capítulo IV - Turismo de Salud: estado de situación actual**

El presente capítulo se divide en dos secciones. En la primera parte buscamos analizar cuál es la situación actual del Turismo de Salud como modalidad turística, a través de profundizar en aspectos puntuales que abarcan dicha modalidad, a saber:

1. El Turismo de Salud desde la óptica estatal (nacional, provincial y municipal).
2. Marco legal y normativo. Vacíos legales.
3. Aspectos de comercialización y de promoción.

En la segunda parte, también buscando establecer el estado actual del Turismo de Salud, se confeccionó un análisis FODA con la finalidad de describir las características de la modalidad en tanto producto turístico dentro de la provincia de Buenos Aires, para lo cual consideramos todos los aspectos contemplados a lo largo del presente trabajo monográfico.

Es menester realizar una aclaración previa antes de continuar. Si bien desde un comienzo en el presente trabajo se buscó trabajar con un concepto amplio de Turismo de Salud (que abarque los dos subproductos que a grandes rasgos se muestran en el esquema del capítulo 2<sup>52</sup>: turismo médico y turismo saludable), como quedó evidenciado a lo largo del mismo, los dos subproductos que constituyen la oferta global del Turismo de Salud presentan características bien distintivas entre sí. Tanto desde el ámbito público como desde el privado, y en función de sus particularidades reciben y merecen un tratamiento diferenciado en materia de comercialización, marketing, promoción, aspectos normativos y legales.

### **1. El Turismo de Salud desde la perspectiva estatal**

Para establecer que rol desempeña el Estado Nacional en materia de Turismo de Salud y determinar en qué lugar posiciona a esta modalidad turística se recurrió, entre otras instancias, a la revisión de las memorias detalladas de Estado Nacional por año publicadas en el sitio web de la Jefatura de Gabinetes de Ministros desde el año 2001 hasta la actualidad, con el fin de conocer qué acciones se han llevado a cabo, qué políticas se han establecido y qué logros se han alcanzado año a año a través de la Secretaría de Turismo de la Nación.

De esta manera se pudo corroborar que desde el año 2001 al presente, de la mano de la Sector, se han llevado acciones tendientes a maximizar el aprovechamiento de la oferta de atractivos de Turismo de Salud; para lo cual, entre otras propuestas, se planteó diseñar una metodología de análisis y evaluación de los centros de Turismo de Salud con lo cual se tendía a elaborar y poner en marcha un sistema de normas de calidad de las mismas. Esta última propuesta se ha concretado en la actualidad con la elaboración y lanzamiento de las Directrices de Calidad Turística para Termas, documento que analizamos más adelante.

Año a año se llevaron adelante acciones, tareas o proposiciones relacionadas al Turismo de Salud tales como brindar asistencia técnica a diferentes localidades<sup>53</sup>, se trabajó en el armado de la base de datos del producto turístico Turismo de Salud que fue publicado en el portal web de la Sector, centralizando la información en los centros termales y centros de talasoterapia del país, actualizándola y perfeccionándola de manera constante todos los años.

Por otra parte, desde el 2001 en adelante, la Sector ha brindado apoyo tanto en materia organizativa como de asesoría o participando en carácter de asistente en algún evento o congreso vinculado a la modalidad turística que nos compete; en algunos casos tomando un rol más activo a través de la presentación de algún trabajo, una exposición o alguna ponencia. Algunos de estas colaboraciones se mencionan a continuación:

---

<sup>52</sup> Consultar cuadro esquemático del Turismo de Salud, pág. 30.

<sup>53</sup> Destacamos el caso de asesoramiento de parte de la Sector en temas relativos al turismo termal brindada a lo largo del 2003 al Municipio de la ciudad de Carhué, destacando al turismo termal como producto principal, pero planteando la posibilidad de complementarlo con otras modalidades tales como el turismo rural, histórico y cultural.



- Organización, asistencia y exposición en el Congreso Nacional de Turismo Salud celebrado en Termas de Río Hondo, Santiago del Estero (septiembre de 2001).
- Asistencia a la Segunda reunión de la Red Federal de Centros de Turismo Salud y Termalismo en Villa Giardino, Córdoba (año 2003).
- Participación en la reunión de la Red Federal de Termalismo en Carhué (año 2004).
- Apoyo y participación en las II Jornadas de Turismo Salud realizadas en la ciudad de Malargüe, Mendoza (noviembre de 2004).
- Presentación del producto “Termas” en las Jornadas sobre Realidades y Potencialidades del Termalismo en la Argentina, trabajo desarrollado dentro del marco de referencia del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. (noviembre de 2005).
- Se llevó a cabo la presentación sobre el “Panorama del Turismo Termal en Argentina: los desafíos futuros”, en el Foro Internacional de Turismo Termal organizado en el marco de la 6a. Edición de Termatalia celebrada en España (octubre de 2006).
- Se proporcionó Asistencia y apoyo en el relevamiento, a la localidad de Tapalqué – Pcia. de Buenos Aires en el marco de desarrollo turístico termal (septiembre de 2006).
- En el marco del Plan de Acciones Internacionales de Promoción la Sector participó nuevamente en Termatalia, feria termal llevada a cabo en la ciudad de Ourense, España. Allí buscó reforzar la marca “Termas Argentinas” (noviembre de 2007).

Otros ejemplos más recientes que dan cuenta del mayor interés mostrado por parte del Estado en cuanto a esta modalidad turística dejan entrever, a su vez, el crecimiento y el mayor desarrollo que ha protagonizado esta particular manera de hacer turismo. Durante el 2008, la Sector presentó en la FITUR (Feria Internacional de Turismo) el producto ‘Termas’, como una alternativa diferente para recuperar el bienestar y la calidad de vida disfrutando del Turismo de Salud. A su vez, durante ese mismo año y en el marco de la “Expo ETI 2008”, principal exposición de turismo de invierno de Argentina, se inauguró la sección “Expo Termas” como un nuevo segmento dedicado exclusivamente a la promoción de centros termales, spa terapéuticos, resorts, hoteles, etc., todos productos vinculados al Turismo de Salud. Finalmente, en el mes de septiembre del año pasado se llevó adelante el Simposio de Turismo Salud y Termalismo en la ciudad de Termas de Río Hondo, el cual fue organizado por la FEHGRA (Federación Empresaria hotelera Gastronómica de la República Argentina) y contó con el apoyo de la Sector.

De lo expuesto, aunque de manera sintética, puede observarse que año a año el Turismo de Salud en tanto alternativa turística fue adquiriendo mayor protagonismo entre las acciones, políticas y propuestas elaboradas por la Secretaría de Turismo de la Nación.

Durante el desarrollo de la presente monografía, y en virtud de los objetivos de la misma consultamos a la Sector para conocer qué acciones o en qué proyectos se estaba trabajando en la actualidad en relación a la modalidad turística objeto de estudio; quienes desde la Dirección de Desarrollo de la Oferta, dependiente de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, nos hicieron saber que continúan realizando trabajos vinculados a esta modalidad, puntualmente realizando una actualización permanente en todo lo referido a la oferta termal. Por otra parte, también se nos señaló que dichos trabajos apuntan a incluir aspectos vinculados al turismo médico y los spa, pero nos indicaron que los mismos aun se encuentran en la etapa inicial del relevamiento de la oferta.

En otro plano, no solo se visualiza un mayor interés a nivel nacional, sino que también este se ve relegado en el ámbito provincial y municipal. Desde la Dirección de Planeamiento Estratégico, dependiente de la Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires se nos puntualizó que la propuesta de parte de ellos se encuentra básicamente asociada a la promoción de los centros termales. Con relación a los otros aspectos que componen la oferta de Turismo de Salud, nos indicaron que han considerado llevar adelante tareas de relevamiento de los spa, tarea que esta planificada para el mediano plazo. En tanto que su respuesta fue negativa cuando le consultamos por el caso de los centros de medicina o lo referido al turismo médico.

En cuanto a plano municipal, hemos visualizado que se ha comenzado a considerar esta modalidad con mayor fuerza; por ejemplo, desde el Consorcio de Municipios Turísticos de



Buenos Aires (COTAB<sup>54</sup>) se llevó a cabo el primer congreso de Políticas Turísticas Municipales durante el 2008 en la ciudad de Necochea. Lo particular fue que en dicho congreso se conformaron diferentes talleres de trabajo, cada uno focalizado en trabajar sobre un producto turístico específico, y el Turismo de Salud fue uno de los productos propuestos para la constitución de uno de estos talleres de trabajo.

Paralelamente, también consultamos a los municipios en donde se emplaza algún centro termal o centro de talasoterapia, considerándolos como los municipios donde podríamos encontrar mayor interés en relación a esta modalidad turística. Es en este marco que desde la Secretaria de Turismo del Municipio de Carhué se mencionó que entre las políticas planteadas en virtud del desarrollo del Turismo de Salud se buscó expandir y ampliar la capacidad que detenta la ciudad de ofrecer sus baños termales a la masa de gente que visita la ciudad durante el año y no se aloja en hoteles sino que optan por alojamiento extra hotelero (cabañas, camping, residenciales, departamentos) y dado que éstos no cuentan con accesos propios a las aguas termales, los turistas que allí se alojan terminan siendo derivados hacia las instalaciones de los hoteles para el disfrute de las aguas mineromedicinales. Para evitar que los hoteles vean colmada su capacidad, desde el Municipio se impulsó la necesidad de desarrollar un Parque Hidrotermal, el cual contará con varias piletas e incluirá servicios de spa y varios paseos.

Como hemos observado, el mayor interés por parte del Estado Nacional en relación al Turismo de Salud se centraliza en lo referido al turismo saludable (turismo termal y de talasoterapia). El turismo medico no recibe aun un tratamiento relevante por parte de los organismos públicos.

#### **Síntesis**

*Hemos observado que el Turismo de Salud ha cobrado mayor protagonismo en la agenda de los gobiernos, tanto nacional, provincial como municipal, con el transcurrir de los años tal cual hemos sintéticamente descrito. Sin embargo, las acciones, objetivos y propuestas apuntan mayormente al turismo termal, a las opciones de turismo saludable. El turismo medico aun no ha recibido un tratamiento considerable por parte de los sectores públicos vinculados al turismo. Empero, desde la Sectur nos han indicado que tienen contemplado incluir aspectos vinculados al mismo en futuros trabajos de investigación.*

## **2. Aspectos legales y normativos**

En cuanto al ámbito legislativo o normativo, el panorama Argentino en general y el de la provincia de Buenos Aires en particular, presenta grandes vacíos con relación al Turismo de Salud. En virtud del resurgimiento protagonizado por esta modalidad turística y su permanente expansión, es preciso contar con herramientas legislativas que actúen como marco regulador de la actividad, para poder estatuir los aspectos de planificación, desarrollo y conservación implicados en la misma. Sin embargo, aun existen vacíos en materia de regulaciones, aspectos legales y normativos.

### **2.1. Turismo Saludable**

Por una parte, el termalismo a nivel nacional cuenta con un marco legislativo que no está abordado de manera uniforme; por el contrario, coexisten diferentes leyes que algunas provincias han elaborado (algunos de los casos más desarrollados son los de las provincias de Neuquén y de Entre Ríos). La existencia de estas diferentes leyes y normas, salvaguardando las particularidades que cada una ha de considerar en virtud de donde se aplicaran la mismas, al ser elaboradas de manera independientes unas de otras, puede ocasionar que se susciten confusiones conceptuales al no trabajar todas con criterios consensuados, entre otras cuestiones.

<sup>54</sup> El Consorcio de Municipios Turísticos de Buenos Aires – COTAB – es una estructura autónoma que reúne a más de treinta municipios turísticos bonaerenses por voluntad propia, con el objetivo de generar herramientas de gestión y soporte para la administración turística. Los municipios miembros representan el mayor volumen de oferta y demanda turística asociada del país.

Con relación a este tema, la Constitución Nacional, en su artículo N°124 establece que "las provincias conservan el dominio originario sobre los recursos naturales existentes en su territorio". El concepto de "dominio originario" refiere al "poder de policía" o "potestad de legislar para evitar abusos de sus propietarios en la explotación de recursos naturales" restringiendo el derecho de propiedad, para "conservar, proteger, regular un uso adecuado, con función social, atento al interés general de la población, y reprimir todo aquello que fuere abusivo y perjudicial para el medio ambiente". En tanto que en la Constitución de la Provincia de Buenos Aires en su artículo N°28 se establece que "La Provincia ejerce el dominio eminente sobre el ambiente y los recursos naturales de su territorio incluyendo el subsuelo y el espacio aéreo correspondiente, el mar territorial y su lecho, la plataforma continental y los recursos naturales de la zona económica exclusiva, con el fin de asegurar una gestión ambientalmente adecuada".

Sin embargo, en la provincia de Buenos Aires aun se carece de una normativa que regule el desarrollo del turismo termal. Como punto de partida se podrían tomar en cuenta algunos de los ejemplos de otras provincias del país que ya han demostrado más avances en esa temática.

#### Entre Ríos - Ley Provincial N° 9678

En la actualidad, la provincia se posiciona como uno de los destinos termales con mayor auge en el país. En la misma ha desarrollado un modelo sustentable con el fin de optimizar la explotación racional del recurso termal.

La ley provincial N° 9678 establece el marco regulatorio para el manejo de los recursos termales que se gestionen con fines terapéuticos, medicinales, recreativos y/o turísticos, dentro de la jurisdicción provincial. Paralelamente, define la política general en relación a la materia. También, a través de esta ley, se propuso la creación de un órgano específico que es su Autoridad de Aplicación: el Ente Regulador de las Termas de Entre Ríos (ERRTER). El cuanto al alcance de la presente ley se puede decir que *"incluye tanto el estudio como la planificación de su uso, su exploración y explotación; la determinación del tratamiento y disposición de los recursos termales residuales del aprovechamiento, así como también la ordenación, fomento y promoción de la actividad termal en la Provincia de Entre Ríos"*<sup>55</sup>.

Esta ley, junto con la ley N° 9714 a través de la cual se modificaron dos de los artículos de aquella, proponen una jerarquización del uso de los recursos termales, y ambas crean el marco legal necesario para estimular el desarrollo de las mismas dentro de un marco de sustentabilidad en el plano de lo medioambiental, por sobre todo. La promulgación de estas leyes representa un accionar histórico, dado que se ha trabajado en la regulación de la explotación del recurso antes de que se contamine el mismo. A pesar de este logro, la cantidad de emprendimientos continuó expandiéndose, por lo que surgió la necesidad imperiosa de desarrollar un plan estratégico que contemplase no solo el uso sustentable del recurso termal, sino también que especifique de manera concreta el número y el tamaño de las explotaciones máximas permitidas para lograr así sustentabilidad medioambiental y socioeconómica. Fue entonces que el ERRTER, ante esta problemática, decidió desarrollar el Plan Estratégico de Desarrollo en la Explotación de los Recursos Termales de Entre Ríos (PEDERTER), el cual fue presentado en diciembre de 2007.

#### Neuquén - Ley Provincial 1762/88

Por su parte, en la provincia de Neuquén se promulgó la ley provincial 1762/88 a través de la cual se creó el Ente Provincial de Termas de Neuquén, un organismo autárquico descentralizado, cuyo objeto principal es la administración, promoción, protección, fiscalización, uso y aprovechamiento de las fuentes de agua termo-minero-medicinales y fangos terapéuticos de dominio y jurisdicción provincial.

No obstante, como ya habíamos mencionado líneas más arriba, compete a las provincias legislar sobre el uso y la explotación de las aguas termales, por lo cual persistirá esa pluralidad de leyes sobre esta modalidad turística, y como no se ha trabajado de manera conjunta pueden surgir confusiones en cuanto a los conceptos utilizados, dado que no siempre son empleados de la misma manera.

<sup>55</sup> Ley Provincial 9678. Capítulo I, Artículo 1. Entre Ríos. 2006

En este sentido, y considerando las opciones de Turismo Saludable (centros termales, centros de talasoterapia, spa y centros de estética y belleza) nos pareció relevante hacer mención a que se han alcanzado importantes avances en materia institucional, logrando mayor uniformidad de conceptos, con el lanzamiento del documento Directrices de Calidad Turística para Termas. Las mismas fueron elaboradas con el fin principal de garantizar la calidad de la oferta termal en todo el país y constituyen una guía que propone distintas pautas de acción aplicables a las organizaciones termales<sup>56</sup>. Es de destacar que dichas pautas son de carácter voluntario, por lo que se trata de recomendaciones y especificaciones técnicas.

En cuanto a las directrices, en total son 57 y se plantean agrupadas en torno a siete grandes ejes temáticos, que abarcan los diferentes aspectos que hacen a la gestión integral de la organización termal:

1. Directrices referidas al agua termal, el ambiente y el paisaje. A través de ellas se dan las indicaciones para lograr un buen conocimiento del agua termal, llevar un control de calidad de dichas aguas, y tender hacia el logro de una gestión ambiental dentro de la Organización Termal con el fin de preservar el entorno del cual depende.
2. Directrices referidas al gerenciamiento organizacional. En este punto se brindan las claves para procurar que la Organización Termal sea dirigida y gerenciada, adoptando una visión estratégica; para que de esta manera pueda alcanzar los objetivos fijados, realizando la identificación, seguimiento y mejora de sus actividades.
3. Directrices referidas al personal de la organización termal. En este apartado se hace referencia a los requerimientos y exigencias que debe reunir el personal para cubrir los diferentes puestos de trabajo, a la vez que puntualiza sobre cómo debería llevarse a cabo la capacitación del mismo.
4. Directrices referidas a la seguridad, limpieza e higiene en zonas de servicios e instalaciones termales. Aquí se detallan sugerencias para lograr buenas condiciones de seguridad en el establecimiento y se exponen las claves para la limpieza e higiene tanto de la zona de servicios como de las instalaciones termales; de tal manera que las condiciones sanitarias generales de la Organización Termal sean adecuadas para los usuarios y el personal.
5. Directrices referidas a la sensibilización, información y comunicación al usuario. A través de estas directrices se proponen acciones a llevar a cabo relativas a la sensibilización del usuario y a la información que se le brinde a los mismos, y propone asesoramiento para que la Organización Termal pueda adoptar los métodos de comunicación necesarios para realizar comunicaciones efectivas.
6. Directrices referidas a la infraestructura, instalaciones y servicios básicos. Se otorgan los lineamientos a seguir para el uso de las instalaciones, los servicios básicos y el mantenimiento de las instalaciones, de modo que se considere el bienestar de los usuarios en el uso de las mismas.
7. Directrices referidas a la valoración del recurso y la participación de la comunidad local. De esta manera, a través de estas propuestas se tiende a que la Organización Termal promueva la conservación del patrimonio artístico-cultural y brinde oportunidades para la participación y el desarrollo de la comunidad local.

Si bien, como ya hemos mencionado, las directrices se han elaborado con el fin principal de constituirse en una herramienta para garantizar la calidad de las termas, no detentan el carácter de normatividad legal necesario para actuar como marco regulatorio de la actividad. Se trata de un documento importante como antecedente, bastante completo dado que abarca varios aspectos de la misma, y pueden traspasarse a los centros de talasoterapia, centros de estética y belleza, y los spa salvaguardando las diferencias pertinentes de cada caso.

Las directrices apuntan a proveer un marco de referencia para la implementación de prácticas adecuadas que promuevan el uso sustentable de los recursos naturales y culturales, y el respeto a la comunidad involucrada, y también para establecer un marco de referencia para la

---

<sup>56</sup> En el documento presentado se define a la Organización Termal como *“aquel establecimiento cuyo propósito principal es el aprovechamiento desde el punto de vista turístico, de una fuente termal o similar, con fines terapéuticos y/o recreativos”*.

gestión de las organizaciones termales, que oriente hacia la mejora de la calidad de los servicios y la calidad ambiental. En la provincia de Buenos Aires, las mismas comenzaron a implementarse hacia fin del año 2008 en el complejo Termas Marinas, en San Clemente el Tuyú. Previo diagnóstico del estado de situación de dicha organización termal, se propusieron las recomendaciones de calidad a seguir. De esta manera, las Termas Marinas y el Partido de la Costa se sumaron a la provincia de Entre Ríos y de Santiago del Estero, donde las directrices ya se han implementado, en un esfuerzo por mejorar la prestación de los servicios turísticos y termales, y posicionarse competitivamente en el mercado turístico al adoptar las recomendaciones proporcionadas en este documento.

De todas maneras, en la actualidad no existen lineamientos específicos que abarquen la temática de prestación de los servicios, ni un marco legal que regule el desarrollo de la oferta y de la demanda en cuanto al Turismo Saludable, en la provincia de Buenos Aires.

## 2.2. Turismo Médico

También existen grandes vacíos en materia legislativa si nos remitimos al caso del Turismo Médico. Se trata de un producto que está inmerso en un mercado altamente especializado y deliado, por lo cual es imperante el establecimiento de un marco normativo de referencia que regule el desarrollo de la misma. A pesar de ello, los aspectos legales de este fenómeno son indefinidos hoy en día, dado que tampoco existe algún tipo de regulación de carácter internacional específica referida al mismo.

Como ya se mencionó al comienzo de la presente monografía, el comercio de servicios de salud está regulado por el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS, conocido también por sus siglas en inglés como GATS). Este acuerdo constituye en la actualidad, el único conjunto de normas multilaterales que regulan el comercio internacional de servicios, pero como todo acuerdo comercial, es de carácter voluntario. Dentro del mismo se contemplan los servicios hospitalarios, médicos, odontológicos, de partos, fisioterapia, de enfermería, y de asistencia paramédica. En líneas generales, el acuerdo garantiza las condiciones para la atención médica directa a pacientes extranjeros. Sin embargo no contempla muchos aspectos que están implicados en esta modalidad turística.

El turismo médico introdujo una nueva y particular categoría de turista: el turista-paciente dado que, la actividad involucra dos actos: por un lado el factor médico y por el otro el factor turismo; constituyéndose en un fenómeno complejo, con muchas particularidades, por lo que exige un marco regulatorio bien diferenciado y específico.

No obstante, existen muchos aspectos que demandan algún tipo de respaldo legal en la provincia de Buenos Aires con relación a esta modalidad turística. Por ello, la norma que regule esta actividad debe contemplar estos diferentes aspectos que hacen al turismo médico; y constituirse en el marco regulatorio que encuadre el desarrollo de la actividad, permitiendo que el mismo sea ético y responsable. En primera instancia, es menester estandarizar los conceptos vinculados al Turismo de Salud que se empleen, para evitar confusiones. También debe procurarse armonizar los estándares para la acreditación de servicios, establecimientos de salud y la certificación de los profesionales de salud. Por otra parte, debe establecerse un marco ético en relación con la promoción y comercialización de los servicios, para lo cual se hace preciso reglamentar qué información básica debe proporcionarse sobre los servicios médicos ofrecidos, sus indicaciones y contraindicaciones, el personal médico, y acerca de las instalaciones donde se provean dichos servicios. Esta información básica debe estar disponible tanto en los establecimientos de salud propiamente dichos, como en todo el material promocional de los mismos. Finalmente, también creemos necesario que la ley contemple posibles mecanismos de actuación en casos de complicaciones que puedan presentarse o casos de mala praxis en los que se encuentren involucrados turistas-pacientes extranjeros. Estos son, según nuestra óptica, algunos de los aspectos que exigen un tratamiento urgente.

### **Síntesis**

Refiriéndonos al aspecto legislativo o normativo que enmarca el desarrollo del Turismo de Salud notamos la existencia de amplios vacíos legales. Para un mejor análisis de la situación, decidimos considerar a los dos subproductos principales que componen la modalidad por separado. En el caso del turismo saludable, puntualmente el turismo termal, en la provincia de Buenos Aires no existe una ley que encuadre su desarrollo, por lo que nos resultó pertinente referir a los casos de Entre Ríos y Neuquén que ya han trabajado en este aspecto promulgando cada una su ley provincial relativa a la actividad, las cuales podrían ser tomadas como ejemplos para una futura ley de la provincia de Buenos Aires. A su vez, consideramos relevante hacer mención al documento de Directrices de Calidad Turística para Termas como un importante antecedente, dado que brinda la posibilidad de, al realizar amplias definiciones de conceptos, unificar la terminología empleada en el ámbito termal; por otra parte, también ha trabajado sobre diferentes aspectos que deben contemplarse para un integral y buen desarrollo del turismo termal. En otro plano, en lo que respecta al turismo médico también encontramos amplios vacíos legales, por lo cual decidimos identificar cuáles eran los aspectos que demandaban ser considerados de manera urgente. En definitiva, la legislación que busque regular esta actividad (teniendo presente las particularidades de cada subproducto), deberá perseguir el desarrollo de su oferta y de su demanda, procurando incorporar el producto turístico en los destinos habituales de los turistas; no solo con el objeto de desarrollar un Turismo de Salud curativo o terapéutico en sentido estricto, sino también impulsar su aspecto recreativo o de vacaciones de salud para toda la familia.

### **3. Aspectos vinculados a la comercialización y promoción**

#### **3.1. Internet: herramienta de comercialización electrónica**

Considerando el expansivo desarrollo que han tenido las comunicaciones a través de medios informáticos, no es de extrañar que paralelamente haya crecido la utilización de la web como herramienta de promoción de los servicios turísticos. Por lo cual, durante los últimos años, es habitual que los destinos turísticos identificados con alguna de las alternativas que abarcan el Turismo de Salud hayan empleado como estrategia de marketing predominante Internet, en tanto herramienta de comercialización electrónica, no solo para expandir su mercado a todo el territorio nacional de manera más rápida y efectiva, sino también para superar las fronteras nacionales, motivo por lo que la mayoría de las veces sus portales web son bilingües.

La tendencia a utilizar Internet como una herramienta de comunicación y como una plataforma promocional ha demostrado ser absolutamente acertada y bastante rentable, tanto para empresarios como para consumidores del turismo médico. Desde la perspectiva de estos últimos, Internet se constituye en una herramienta que le permite tener mayor y más rápido acceso a las infinitas opciones presentes en el mercado, facilitando la búsqueda de la alternativa que más le interese, otorgándole los datos e información necesaria para poder definir sus vacaciones de manera más confortable. Para estos casos, juegan un importante rol algunos elementos que constituyen la oferta tales como: precios relativamente competitivos, calidad y cuidado oportuno, sin descontar que la adición del componente del ocio y recreativo contribuye a la atracción del paquete de Turismo de Salud. De esta manera, la web se constituye en una herramienta fundamental en el proceso de comercialización.

Particularmente en el caso del turismo médico, este fenómeno se ha convertido en un eslabón clave que ha posibilitado el desarrollo de tal actividad. Según un artículo publicado en Infobyne Digital, “La cantidad de propuestas e información que circula por la Web ha favorecido el intercambio de datos, así como también generó un hábito impensado años atrás: la consulta médica vía mail. Esta modalidad permite que el profesional vaya conociendo al paciente y le brinde las primeras cuestiones que deben ser tenidas en cuenta antes de viajar. Una vez que el turista se encuentra en nuestro país llegará el momento del encuentro cara a cara”<sup>57</sup>. Internet se ha utilizado tanto en el ámbito privado como en el público.

<sup>57</sup> “El turismo médico, una tendencia que crece en la Argentina”. Infobyne Digital. Internet, mayo 2009. Disponible en: [http://infobyne.com.ar/portal/index.php?option=com\\_contact&Itemid=3](http://infobyne.com.ar/portal/index.php?option=com_contact&Itemid=3)

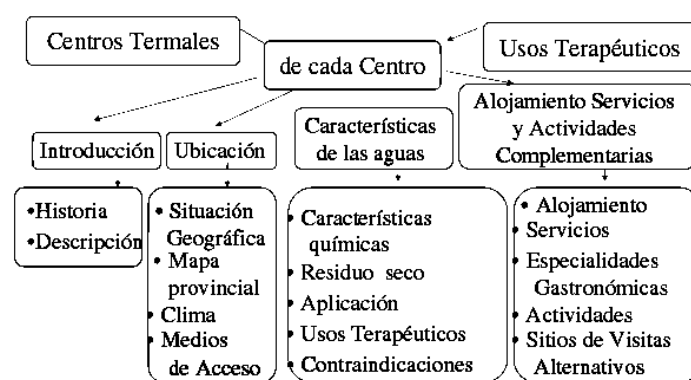


### 3.2. Acciones desde el ámbito público y el ámbito privado

En lo relativo a las acciones de promoción encaradas desde los organismos públicos, la Sectur trabajó principalmente focalizándose en el producto de Turismo Saludable, y no evidenciándose acciones promocionales en lo relativo al turismo medico. La promoción de este ultimo mayormente esta impulsada desde el ámbito privado.

Con respecto al turismo saludable, la Sectur en su portal web ha desarrollado una sección especial para el producto Turismo de Salud a través de la cual proporciona información relativa a cada centro termal y de talasoterapia del país, distinguiéndolas por provincias. En la sección correspondiente a la provincia de Buenos Aires figuran publicada información referida a siete centros de salud: Termas de Pedro Luro, Termas Los Gauchos, Termas de Carhué, Complejo Irel, Ocean Spa, Manantiales, Termas Marinas. En el siguiente cuadro se exponen qué información se proporciona de cada centro.

#### Información comprendida en la Página Web de la Sectur



Fuente: “Proyecto de Turismo Termal” ponencia presentada por María del Carmen Saravia en las Jornadas sobre Realidades y Potencialidades del Termalismo en la Argentina. Noviembre de 2005.

Algunas de las acciones de promoción encausadas abarcan campañas de promoción en la vía pública, en medios masivos de comunicación, prensa y revistas especializadas, y periódicos. También, la participación en ferias, promocionando el producto termas: Expo ETI, FIT (Feria Internacional de Turismo), Expo Zaragoza, entre otras.

Ahora bien, las acciones de promoción desde la óptica publica no solo están impulsadas desde la Sectur; sino que también evidenciamos propuestas desde la provincia y también desde algunos municipios. Por ejemplo, desde el Municipio del Partido de la Costa cuando le consultamos sobre este aspecto, nos mencionaron que ellos trabajan enfáticamente en la promoción de producto termas durante la temporada baja, siempre complementándolo con el resto de la oferta de productos turísticos disponibles; en tanto que durante la temporada alta, priorizan otros productos, como por ejemplo el complejo Mundo Marino, el cual no deja de complementarse siempre con la oferta termal.

Por otra parte, buscando acciones de promoción de carácter mas integral en la provincia, destacamos el trabajo encarado desde la Cotab. Uno de sus últimos aportes a la comercialización del producto termas se evidencia en el convenio firmado con el complejo Termas Marinas de San Clemente del Tuyu, que brinda la posibilidad de que residentes de 38 municipios que integran el consorcio puedan acceder al complejo obteniendo un descuento del 50% en la entrada y de esta forma puedan conocer y disfrutar del mismo.

En el caso del Partido de General Pueyrredón nos pareció interesante mencionar que se llevaron adelante algunas acciones de promoción por parte del Ente Municipal de Turismo (Emtur) en lo referido al Turismo de Salud. A mediados de octubre del 2007, Carlos Patrani, por



entonces titular del Emtur, en colaboración con el secretario de Turismo de la Nación, Enrique Meyer y su par de la provincia de Buenos Aires, Miguel Angel Cuberos; anunciaron que la ciudad de Mar del Plata figuraría en el inventario nacional de destinos a ser promocionados en el exterior, junto a productos más tradicionales en ese segmento como Calafate, las Cataratas del Iguazú o la Quebrada de Humahuaca. Según Patrani, la ciudad fue incluida en las promociones relacionadas con cinco tipos de ofertas turísticas: congresos y convenciones; pesca embarcada, golf, turismo salud y la enseñanza de idiomas. Más recientemente, a lo largo del 2008 y de la mano de la nueva gestión del Ente Municipal de Turismo (Emtur) a cargo de Pablo Fernández Abdala, se está trabajando en la confección de una nueva propuesta turística con la que se procura hacer frente a la marcada estacionalidad que caracteriza a la actividad en la ciudad. Uno de los proyectos planteados guarda relación con la búsqueda tendiente a diversificar la oferta vinculada a las producciones locales y también a la salud y el deporte, la cual demandará un fuerte trabajo de colaboración y coordinación con los diferentes sectores empresariales. Entre las propuestas esbozadas, se destacó la necesidad de desarrollar el turismo de salud, subrayando que la ciudad cuenta con las condiciones adecuadas para dar espacio a esta nueva tendencia y desarrollar una propuesta turística que apunte al cuidado del cuerpo y la mente, con el trabajo con agua de mar.

Como ya dijimos, en lo que respecta al turismo médico no se evidencian acciones promocionales, al menos de manera directa, por parte del Estado. La promoción de éste no encuentra aun en las políticas y acciones desde la óptica pública, sino que, contrariamente, se centraliza en el ámbito privado y mayormente de manera individual. No hemos identificado una intención de hecho concreta que demuestre la búsqueda de llevar adelante un trabajo integrado por parte de empresas turísticas privadas que están implicadas en el turismo médico. Prevalece el uso de plataformas virtuales, tanto para promocionarse como para darse a conocer, así como para generar el primer contacto con el potencial consumidor.

### 3.3. Aspectos a considerar en ambos casos

Nos parece oportuno resaltar que para favorecer la comercialización de esta modalidad, hay que considerar la posibilidad de complementarlo con otros productos turísticos. En el caso del turismo médico, habitualmente (si el turista-paciente así lo desea) se comercializa combinándolo con otra modalidad: turismo cultural, histórico, tango, etc. Por su parte, el turismo saludable, debería considerar esta posibilidad. En el cuadro del anexo III se exponen otros productos turísticos que se ofrecen en las ciudades donde se emplazan los centros de salud de la provincia (termales y de talasoterapia) y con los cuales es posible complementar la oferta turística y favorecer de esta manera su comercialización.

#### **Síntesis**

*En función del rápido avance y expansión que ha protagonizado Internet en tato herramienta de comercialización electrónica, hemos referido a ella en relación al turismo de salud, señalando el importante rol que ha desempeñado en el crecimiento, desarrollo y expansión del turismo médico, principalmente.*

*También hicimos mención de algunas acciones promocionales encaradas desde los organismos públicos, quienes centralizan su trabajo principalmente en lo que refiere al turismo saludable. La promoción y comercialización del turismo médico recae principalmente en el ámbito privado; en el cual prevalece el uso de plataformas virtuales como primer punto de contacto con el potencial consumidor.*

*Finalmente, destacamos la necesidad de complementar el producto Turismo de Salud con otros productos turísticos a fin de favorecer su comercialización y promoción.*

#### **4. Análisis Foda**

Emplearemos esta herramienta para intentar registrar sistemáticamente el estado de situación actual del Turismo de Salud como modalidad turística en la provincia de Buenos Aires.

Tomando en cuenta que el análisis FODA consiste en “una técnica de síntesis que se emplea para identificar oportunidades potenciales para una empresa, una propiedad u organización como parte de la planificación estratégica, la gestión o el marketing estratégico”<sup>58</sup>; en el presente trabajo aplicaremos esta técnica al producto turístico objeto de estudio de manera que podamos brindar una somera descripción de las características actuales del mismo y las fuerzas competitivas que detenta y que existen en el mercado analizado.

Nuestro trabajo es de carácter descriptivo, por lo cual no realizaremos formulaciones de estrategias posibles a seguir, dado que lo que pretendemos es saber qué lugar ocupa el Turismo de Salud como producto turístico en la provincia de Buenos Aires. En las conclusiones finales si formularemos algunos ítems a modo de propuestas a seguir en virtud del panorama que vislumbramos a lo largo de la monografía.

El análisis FODA posibilita evaluar la situación de una organización, o de un producto (como en nuestro caso) a través de analizar su contexto y a la propia organización o producto dentro de dicho contexto. Para lograr esto, se requiere identificar las fuerzas y debilidades del producto objetivo (análisis interno), y por otra parte analizar las oportunidades y amenazas del mercado en que se inserta, o sea de su ambiente (análisis externo).

Ahora bien, dentro del producto Turismo de Salud debemos contemplar los diferentes subproductos que lo componen – turismo saludable y turismo medico – por lo cual aplicaremos esta técnica a cada subproducto por separado.

##### **4.1. Turismo Medico**

###### **1- Fortalezas**

1. Argentina en general, y la provincia de Buenos Aires en particular, cuenta con una buena dotación y buen nivel de recursos humanos, dado que cuentan cirujanos y médicos que brindan servicios de alta calidad en casi todas las especialidades médicas.
2. Existencia de gran cantidad de Hospitales y Clínicas privadas en la provincia.
3. Existe una desarrollada y variada infraestructura turística que se complementa de manera perfecta con los servicios médicos.
4. Nivel de precios de los servicios médicos relativamente bajos en relación con otros destinos que ofrecen turismo medico, entre otras cuestiones por diferencias del precio de la moneda local; sin que por esto se vea reducida la calidad de los servicios ofrecidos. El tipo de cambio favorece a economizar los costos.
5. Reconocido prestigio en cuanto a la calidad de los servicios médicos ofrecidos.
6. Disponibilidad de alta tecnología.
7. Posibilidad de complementar el paquete turístico de turismo medico visitando destinos exóticos del país.
8. Existencia de gran cantidad de empresas locales que se especializan en la organización de paquetes de turismo medico (combinan servicios médicos + descanso y vacaciones).
9. La amplia oferta de servicios médicos de Argentina puede complementarse con una extensa y variada oferta turística de descanso (playas, montañas, etc.).
10. Promoción del turismo medico como una opción de recuperación más relajante después de una intervención, como una opción de mayor descanso consecuencia de estar alejado del estrés cotidiano del trabajo y de la rutina del entorno habitual.

<sup>58</sup> Jafar Safari. Op. cit. Pág. 44.

## 2- Debilidades

1. Muchas Clínicas y Hospitales no cuentan con certificación ni están acreditados internacionalmente, de manera que carecen de una aval que garantice la calidad de sus instalaciones y de los servicios médicos que ofrecen.
2. Existe poca predisposición para trabajar en conjunto por parte de médicos, hospitales, clínicas y empresas turísticas bonaerenses para desarrollar un fuerte de turismo médico.
3. No se evidencia información fehaciente del desempeño nacional en cuanto al mercado de turismo médico.
4. Escasa difusión de datos tanto de la oferta como de la demanda de turismo medico e insuficiente sistematización de la información existente que permitan conocer el potencial económico del sector.
5. Ausencia de participación del Estado en cuanto a políticas, acciones en relación al desarrollo, fomento y promoción del turismo medico.
6. Se carece de una política de atracción de turistas o usuarios del turismo médico.
7. Los esfuerzos por el desarrollo del turismo médico son aislados y descoordinados.
8. Existencia de vacíos legales que enmarquen el desarrollo de la actividad.
9. Mediatización del acto medico a través de la comercialización de los servicios medios por parte de algunas de las empresa turísticas dedicadas al turismo medico.
10. Perdida del cara-a-cara entre paciente y medico en virtud de la distancia impuesta por la comunicación virtual que caracteriza a la promoción y comercialización del turismo medico en la mayoría de los casos (en muchos casos se trabaja a través de plataformas virtuales y los primeros contactos entre paciente y medico se efectúan vía mails).
11. Los estándares exigidos por la demanda internacional son bastante altos, lo cual dificulta la adecuación para garantizar la calidad de la infraestructura pública y/o privada de salud.

## 3- Oportunidades

1. Sabiendo que la mayoría de los procedimientos médicos ofrecidos a extranjeros en Argentina son cosméticos y plásticos, existe un gran potencial en ofrecer otros tipos de procedimientos de salud que pueden ampliar la oferta de servicios médicos<sup>59</sup>.
2. El incremento de acciones para lograr los procedimientos de acreditación necesarios para alcanzar estándares de calidad en la infraestructura de instalaciones de salud y en los servicios médicos ofrecidos, conlleva la posibilidad de lograr una mejora considerablemente en la calidad de la atención sanitaria tanto para la población nacional como para la extranjera.

<sup>59</sup> En este sentido, desde la Asociación de Turismo Médico<sup>59</sup> (MTA) se está trabajando para cambiar el foco de atracción y tender a que el turismo medico internacional no llegue al país solo para realizarse cirugías plásticas. Según palabras del representante local de la entidad estadounidense, Guillermo González Prieto, expresó en una entrevista proporcionada el periódico Clarín (<http://www.clarin.com/diario/2008/09/15/um/m-01760926.htm>), se busca “cambiar el foco de la atracción y posicionar al país como un destino de alta calidad en prestaciones de mediana y alta complejidad...”. Con respecto a la asociación podemos decir que “Entre los objetivos de la MTA se destacan: Acciones tendientes a incrementar la conciencia del alto nivel de calidad de la atención internacional disponible en los hospitales de todo el mundo; promover los aspectos positivos y un crecimiento estable de la Industria del Turismo médico con un fuerte enfoque en la calidad; proporcionar una fuente imparcial de información para pacientes, compañías de seguros y de los empleadores de todo el mundo para obtener información más detallada en la parte superior hospitales, su calidad de la atención y los resultados; proporcionar una fuente única de información sobre turismo médico, los resultados de cirugías, y para crear un portal web para las personas a aprender sobre turismo médico y los hospitales afiliados; promover un medio electrónico de comunicación internacionales a fin de hospitales pueden comunicarse con los EE.UU. las compañías de seguros o los hospitales, entre otros”. Disponible en: <http://www.medicaltravelauthority.com/>

3. Capacidad de generar valor agregado al producto turismo medico con la posibilidad de completar el servicio básico de atención medica con otros productos turísticos: salud y relax, playa, turismo cultural, turismo histórico, turismo rural, etc. favoreciendo de esta manera su comercialización.
4. Mayor relevancia que ha tomado en los últimos años la globalización de la oferta y de la demanda de servicios de salud.
5. El turismo medico puede ser tomado como un medio a través del cual se puedan obtener divisas, permitiendo disminuir el déficit que padecen muchos países subdesarrollados. con medianos y bajos ingresos.
6. Se visualiza un cambio de tendencia en cuanto al movimiento de personas que viajan desde países desarrollados hacia países en desarrollo con el propósito de acceder a determinados tratamientos, menos costosos que en sus países de origen. (Tradicionalmente los flujos se producían generalmente en sentido inverso).
7. Posibilidad de fortalecer la asociación del sector público y del sector privado para crear mecanismos que favorezcan el desarrollo del turismo medico y garantizar el acceso al mismo para todos los segmentos de la población (cluster de turismo).
8. Creciente disposición de los pacientes a viajar al extranjero para obtener servicios médicos a precios más convenientes.
9. Confección de paquetes de turismo medico integrales que contengan servicios que apunten a brindar apoyo al turista-paciente que elije acceder a servicios de salud en un lugar distinto del de residencia habitual, de modo de contrarrestar la inseguridad emocional a la que éste se expone en dicha situación.(inseguridad emocional del paciente)
10. Los altos costos en los servicios médicos en los países industrializados.
11. Los altos costos en la atención de la salud en los países desarrollados, el fuerte aumento de la demanda en estos países debido al envejecimiento de su población, las largas listas de espera para someterse a cirugías, y la creciente disponibilidad de servicios de salud de calidad en los países en desarrollo a precios más bajos que en los países desarrollados; coloca a los países en desarrollo en posición ventajosa al momento de ofrecer sus servicios medios, dentro del proceso de globalización de los mismos, que año a año cobra mayor relevancia.

#### **4- Amenazas**

1. Existe el riesgo, sin una adecuada planificación y control, de que el fomento de esta modalidad se desarrolle a expensas de la atención de salud de la población local. Es imprescindible salvaguardar el acceso a la atención sanitaria de la población local.
2. Muchos de los países competidores en el mercado del turismo médico, tienen una oferta turística similar a la de Argentina.
3. Los competidores regionales pueden rivalizar fuertemente por el precio de los servicios médicos y, de no tomarse acciones en nuestro país, lo podrán hacer también por calidad.
4. Otros países con menor trayectoria y prestigio que Argentina, cuentan con una estructura para atraer de forma más organizada el turismo medico de la región (Algunos ejemplos de esto son los casos de Costa Rica, Colombia, México y Cuba).
5. Ausencia de mecanismos o posibilidades de reembolso de costos por parte de compañías aseguradoras<sup>60</sup>.
6. Ausencia de mecanismos internacionales de compensación en casos de demandas de mala práctica resultante de servicios recibidos en el extranjero (ya sea dirigida a los

<sup>60</sup> Los seguros privados no cubren servicios obtenidos en el extranjero a menos que la póliza así lo determine o en casos de servicios de emergencia. Esta es la barrera más importante que enfrenta la exportación de servicios de salud., dado que la mayoría de los seguros de salud, sean ellos públicos o privados, solo son aplicables en el país de residencia del asegurado.

médicos tratantes como a los establecimientos donde éstos prestan sus servicios). En definitiva, existe una ausencia de tales recursos legales con los que afrontar una situación de este tipo.

7. Inseguridad emocional del paciente, ante una intervención quirúrgica o algún tratamiento médico al que se expone, resultante de estar en un lugar diferente del de su residencia habitual. Esto puede actuar como una importante barrera si no se toman medidas al respecto.
8. Si no se encauza bien el desarrollo del sector, se puede terminar ofreciendo a personas crédulas tratamientos que rayan en la falta de ética, por lo cual se exige una supervisión estricta de los establecimientos de salud y de los tratamientos ofrecidos. Principalmente en virtud de los menores costos de tales servicios en relación con los países desarrollados; y a su vez, de la falta de sistematización de su comercialización.
9. El viaje inmediato después de recibir un tratamiento o de haberse sometido a una intervención quirúrgica puede ser riesgoso para la salud.
10. Ausencia de apoyo formal por parte de instituciones locales de salud, o de la suficiente vigilancia y supervisión sanitaria con el fin de evitar las “estafas terapéuticas”.

#### 4.2. Turismo Saludable

<b>1- Fortalezas</b>
----------------------

1. Existencia de varias fuentes termales y de establecimientos de turismo salud.
2. Actualmente se dispone de información acerca de los diversos centros termales en todo el país, a través de un inventario elaborado por la Sectur en el cual se detallan las características intrínsecas de cada centro, su infraestructura y sus servicios complementarios.
3. Disponibilidad de información acerca de las características físicas y la composición química de las aguas de cada centro termal o de talasoterapia, lo cual permite conocer sus propiedades terapéuticas y saber en qué dolencias puede aplicarse y con qué restricciones, para los potenciales usuarios.
4. Aumento del interés en realizar estudios para certificar la existencia del recurso de agua termal en nuevas localidades de la provincia (como es el caso de Tapalqué y Pinamar).
5. Desarrollo de opciones termales incipientes que incrementan la oferta termal global de la provincia (casos de Gral. Belgrano o el caso de las Termas de Campo Médico Blanco en Necochea).
6. Mayor rol otorgado por parte del estado en el impulso y promoción del producto termas. Desarrollo de la Marca Termas Argentinas.
7. Aplicación de las Directrices de Calidad para Termas en el complejo Termas Marinas de San Clemente del Tuyú.
8. Expansión del mercado con la incorporación de otros segmentos de demanda tales como familias y jóvenes.
9. Inversiones que se han realizado en centros termales pequeños de la provincia con el fin de modernizar sus instalaciones y reacondicionar su oferta a las nuevas exigencias de demanda.
10. Reconocimiento científico de las propiedades terapéuticas y curativas de las aguas mineromedicinales y sus técnicas de aplicación.

<b>2- Debilidades</b>
-----------------------

1. Ausencia de legislación en la provincia que regule la actividad, tanto para la protección de los recursos en sí mismos, como para la propiedad y la explotación de los mismos.
2. Ausencia de una estrategia de desarrollo y crecimiento desde el punto de vista turístico.
3. Diferentes grados de desarrollo de los complejos termales existentes.

4. Obsolescencia de las instalaciones de algunos centros termales de la provincia, los cuales demandan inversiones para modernizarlas y adecuarlas a las nuevas necesidades de la demanda.
5. Escasa presencia de algunos de los centros termales en los principales medios de difusión y comercialización.
6. Escasa actividad promocional por parte de los centros termales más pequeños de la provincia. (promoción rudimentaria).
7. En algunos casos, la oferta de actividades de esparcimiento, diurna y nocturna, resulta escasa para satisfacer a los diferentes rangos etareos de la demanda.
8. Celebración de la Fiesta Provincial del Turismo Termal en la ciudad de Carhué, la cual fue declarada de interés turístico provincial.
9. No se desarrollan estrategias de comunicación y posicionamiento frente a la prestación de servicios Spa, por falta de claridad frente al tema.

### **3- Oportunidades**

1. Resurgimiento de los complejos termales: no solo son considerados como instituciones en las cuales se tratan dolencias, sino que comenzaron a ser promovidos como lugares para prevenir enfermedades y preservar la salud.
2. Posibilidad de complementar el turismo saludable con otros productos turísticos<sup>61</sup>(salud y relax; sol, playa y talasoterapia; salud y turismo rural, etc.) para favorecer su comercialización.
3. El turismo saludable se posiciona como una modalidad turística alternativa al turismo convencional, de carácter desestacionalizador.
4. La demanda de servicios de puesta en forma y de bienestar, ligados al agua principalmente, está experimentando un importante auge vinculado a los cambios en la forma de vida y en los hábitos de ocio y vacaciones protagonizados en la sociedad contemporánea.
5. La oferta termal se presenta como un elemento dinamizador para el desarrollo de nuevos destinos turísticos (Los casos de Necochea y Gral. Belgrano son algunos de los ejemplos en la provincia de Buenos Aires de esta tendencia).
6. El ritmo de vida urbano actual generó cambios en el comportamiento y las motivaciones de los turistas, quienes propician el retorno hacia modalidades de turismo mas sosegadas, en mayor contacto con la naturaleza, no masivo.
7. Posibilidad de generar nuevas unidades de negocio en los hoteles a partir del turismo saludable, a través de ofrecer servicios de spa, aumentando de esta manera su oferta de servicios.
8. Tendencia de la medicina moderna de utilizar las aguas termales para la prevención y rehabilitación de pacientes.
9. Cercanía a los principales centros emisores del país: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

### **4- Amenazas**

1. Otros destinos termales poseen mayor diversidad de productos recreativos con el fin de captar otros segmentos de demanda
2. Riesgos de sustentabilidad de los recursos por carecer de una planificación integral adecuada.

<sup>61</sup> Consultar el cuadro del Anexo III en el cual se detallan esquemáticamente los principales atractivos turísticos de las zonas en que se ubican los centros termales y los de talasoterapia.



3. Degradación de los recursos termales de no tomarse medidas de control y de regulación en el uso y explotación del mismo.
4. Falta de estudios referidos al impacto ambiental en provoca la utilización irrestricta de los recursos naturales.

## **5. Conclusiones del capítulo**

A lo largo del presente capítulo buscamos proporcionar un panorama general del estado de situación actual del Turismo de Salud, en tanto modalidad turística en auge, focalizando en el caso particular de la provincia de Buenos Aires.

En primera instancia, se pudo observar mayor apoyo proporcionado por parte del Estado (nacional, provincial y municipal) hacia el Turismo de Salud, principalmente referido a las opciones de turismo saludable, puntualmente en el caso del termalismo. Contrariamente, no se encontró evidencia de un apoyo formal hacia el turismo médico, no al menos de manera directa.

En materia legislativa, en virtud de las características particulares de cada submodalidad, consideramos que no pueden estar enmarcadas bajo una misma y única ley o normativa. En ambos casos, existen importantes vacíos legales. Refiriéndonos al turismo saludable evidenciamos una carencia de un cuerpo normativo que regule la explotación, uso y preservación de los recursos termales provinciales. Por tal motivo, hicimos referencia a los casos de Entre Ríos y Neuquén como pioneros en el tema y ejemplos a seguir. Por otra parte, en el caso del turismo médico, en virtud de la complejidad del fenómeno y las medidas preventivas y cuidados que exigen su desarrollo creemos que es necesario se trabaje de forma inmediata en revertir esta situación respecto de la ausencia de respaldo legal.

Al referirnos a los aspectos de comercialización, destacamos el importante rol que ha alcanzado ocupar Internet como herramienta informática de promoción y comercialización. Tanto en los casos de turismo saludable como en el del turismo médico, las acciones de promoción y comercialización desde el ámbito privado son prácticamente individuales, no evidenciándose esfuerzos mancomunados en trabajar conjuntamente, al menos de manera formal. En tanto que desde el ámbito público, se han llevado adelante campañas de fomento y promoción del turismo saludable, de las diferentes opciones de destinos termales que cuenta la provincia. Por último, subrayamos la enorme oportunidad de complementar el Turismo de Salud con otros productos turísticos para lograr favorecer de esta manera su comercialización y promoción.

En cuanto al posicionamiento del Turismo de Salud en tanto producto turístico en la provincia, a continuación detallamos lo que observamos.

Relativo a las alternativas que englobamos dentro del subproducto turismo saludable (termalismo, talasoterapia, spas) se estableció que el área objeto de estudio cuenta con una buena amplia variedad de opciones para ofrecer dado que dispone de varios centros termales, centros de talasoterapia bien posicionados e infinidad de oferta complementaria en lo que respecta a los spa y opciones similares. En la actualidad, los centros termales son instituciones de renovada importancia, no sólo en el aspecto médico, sino en el turístico y social. Afortunadamente, se dispone de información bastante completa acerca de las características de cada centro y de las propiedades terapéuticas de sus aguas. Por otra parte, si bien existe un desigual grado de desarrollo de los centros termales existentes, evidenciamos iniciativas de modernizar los mismos, con el objetivo de alcanzar equiparar la oferta global a nivel provincial. A su vez, también destacamos el surgimiento de nuevas opciones termales que incrementan la oferta saludable en la provincia. En otro orden de cosas, es importante contemplar la expansión del mercado dada por la incorporación de nuevos segmentos de demanda, tales como los jóvenes y las familias, que plantean nuevos desafíos y oportunidades para la actividad. Por otra parte, nos parece importante señalar el carácter desestacionalizador del termalismo y la

talasoterapia; paralelamente también indicar la importancia de que, a través de ellos, se puede hacer un mejor uso de los recursos naturales para mejorar la salud y la estética. Estimamos que año a año la oferta de opciones termales, de talasoterapia y de spas en la provincia, en rigor del desarrollo de cada centro y de las inversiones realizadas en ellos, va posicionándose dentro de las opciones de Turismo de Salud en todo el país. Si bien no detenta el mismo peso que otros destinos del país (Entre Ríos con su variedad de termas, o el caso de Termas de Río Hondo) en virtud de las diferencias en cuanto a las características de los recursos naturales sobre las que se sustenta o el nivel de las instalaciones y servicios turísticos que rodean a cada centro, el hecho de estar localizadas en la provincia que nuclea uno de los mayores centros emisores de turistas, le proporciona la ventaja de poder brindar opciones de descanso y relax en escapadas de fin de semana a lo largo del año. Finalmente, el hecho de aplicarse las Directrices de Calidad para Termas en el caso del complejo Termas Marinas, deja entrever el esfuerzo por desarrollar esta modalidad turística por parte de los actores implicados a nivel.

En lo referente al turismo medico, la provincia cuenta con una muy buena dotación y nivel de recursos humanos (cirujanos y médicos que brindan servicios médicos de alta calidad en diferentes especialidades medicas) como de hospitales y clínicas bien equipadas donde se ofrecen diferentes servicios médicos; destacando a su vez, la disponibilidad de alta tecnología. La mayor parte de la oferta de turismo medico se encuentra concentrada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en el Gran Buenos Aires (también se destacan casos en la ciudad de La Plata, Mar del Plata, Tandil, Bahía Blanca, por citar otros ejemplos, pero el nivel de desarrollo de la actividad es considerablemente menor y mucho menos sistematizada). En virtud de esta centralización, es importante el volumen de arribos que recibe la provincia desde el interior del país para acceder a servicios de salud, que en algunos casos también se complementa con alguna actividad turística. Sin embargo, es la demanda extranjera la que más hace uso de esta modalidad. Principalmente, desde el exterior arriban para realizarse cirugías plásticas de carácter estético. No obstante, este último tiempo se está intentando trabajar en desarrollar y fomentar un cambio en este aspecto procurando que también arriben al país con la intención de obtener otro tipo de tratamientos de salud. Generalmente se carece de acreditaciones internacionales que garanticen la calidad de los establecimientos y las instalaciones o servicios médicos ofrecidos. No existe prácticamente apoyo formal por parte del Estado en cuanto al desarrollo y fomento de esta modalidad. En lo relativo a los datos correspondientes a la actividad, existe poca difusión tanto de los referidos a su oferta como a su demanda, consecuencia de la poca sistematización de los mismos. Sin embargo, como hemos señalado anteriormente, conocemos el potencial que detenta el turismo medico globalmente como modalidad turística, y tomando conciencia del elevado nivel medico con que cuenta la provincia, así como los innumerables recursos turísticos para complementarlos y la favorable diferencia cambiaria que la posiciona como una oferta sumamente conveniente para el exterior; creemos imperante que se trabaje en una planificación integral de esta modalidad.

En definitiva, en la provincia de Buenos Aires se dispone de recursos naturales, equipamiento avanzado y personal adecuadamente capacitado que permite un mayor desarrollo del Turismo de Salud como modalidad turística. Para alcanzar el posicionamiento del mismo en la provincia es preciso trabajar en su planificación interna, contemplando las diferentes opciones que tiene para ofrecer: atención medica sanitaria de alto nivel a un menor costo; atención medica integral de primer nivel combinado a la posibilidad de complementarlo con el disfrute de atractivos durante su estadía; o la alternativa de aprovechar los beneficios terapéuticos de los recursos naturales disponibles en la provincia, gracias a la existencia de buenos equipamientos para su disfrute y su aprovechamiento.

## **Conclusiones Finales**

La elección de la temática de la presente monografía surgió en las instancias previas, al indagar sobre diferentes alternativas no convencionales de hacer turismo. La idea base era trabajar sobre alguna de ellas, y el Turismo de Salud nos pareció una interesante opción debido a que al investigar acerca de lo que abarcaba la misma vislumbramos que existía una amplia falta de consenso en la terminología que se emplea al referirse a ella en diferentes ámbitos y/o situaciones, existiendo diferentes acepciones para referir a la modalidad en cuestión. En algunos casos solo se refieren al Turismo de Salud como aquellas opciones vinculadas al uso turístico terapéutico de las aguas mineromedicinales; en otros casos incorporan al turismo medico. Sin embargo, se encontraron pocos casos en los cuales se aborde el análisis de esta modalidad desde una perspectiva bien amplia.

Esta insuficiencia de información y la ausencia de consenso en cuanto a la terminología empleada al referirse al Turismo de Salud, fueron los principales motores que motivaron la realización del presente trabajo monográfico.

En virtud de lo analizado y descrito a lo largo del desarrollo de este trabajo, logramos establecer qué es lo que abarca el producto turístico de Turismo de Salud en nuestros días. Determinamos que éste, en tanto modalidad alternativa al turismo convencional, está compuesta por dos submodalidades principales: el turismo saludable y el turismo medico. Teniendo en cuenta que este último presenta importantes particularidades, merece ser contemplado como un fenómeno complejo dentro de las opciones de Turismo de Salud, diferente del resto de las alternativas, las cuales hemos englobado dentro del subproducto que hemos denominado turismo saludable (abarcando el termalismo, talasoterapia y áreas wellness). Logrando de esta manera, esbozar una definición más amplia, en la cual se contemplen las diferentes opciones que actualmente se asocian a la misma. Paralelamente, hemos podido establecer el estado de situación de la modalidad en el caso particular de la provincia, identificando los conflictos y las problemáticas que la misma presenta y debe afrontar

Relativo a la oferta, en el caso del turismo saludable hemos observado que se dispone de un completo inventario, bastante actualizado y detallado de cada centro - termal o de talasoterapia - dentro de la provincia de Buenos Aires. No obstante, en cuanto a las opciones relacionadas al wellness - spas, centros de belleza, etc. - no existe una base de datos en la cual se vean contemplados, por lo cual es preciso trabajar inventariando la oferta existente, para poder contar con información certera acerca de las opciones que complementan de manera directa la oferta de Turismo de Salud, inventario en el cual se expongan datos referidos a las características principales de éstos, señalando los servicios básicos que ofrecen, las instalaciones de las que disponen, descripción de los establecimientos y dónde se encuentran ubicados.

En otro plano, la situación de la oferta de turismo medico presenta un panorama bastante diferente, como consecuencia de que se evidencia una escasa sistematización de su oferta real. Por lo cual establecemos como necesario que se aborde esta falencia de modo de poder disponer de un inventario actualizado, en el cual se expongan las características de los servicios médicos ofrecidos, la certificación del personal medico a cargo de proporcionar los mismos, información sobre los establecimientos de salud donde se llevan a cabo, así como de la o las maneras de contrataron de este tipo de servicios, es decir, la manera de acceder a ellos.

Paralelamente, se pudo determinar que la oferta de Turismo de Salud se ha incrementado este último tiempo y continua haciéndolo, quizás no de manera exponencial, pero dicha expansión queda evidenciada en las nuevas opciones de centros termales que están en actual etapa de desarrollo, en la proliferación de opciones relacionadas al wellness, en el caso de los establecimientos de salud que se vuelcan a ofrecer sus servicios médicos en el marco del turismo medico; o en el surgimiento año a año de más empresas dedicadas a la comercialización del turismo medico.

En este punto, consideramos que la oferta global de Turismo de Salud se encuentra en permanente crecimiento, por lo cual también permanente debe ser la actualización de la información que refiera a la misma; de modo de obtener un amplio y certero conocimiento de la

oferta real del Turismo de Salud, que posibilite una correcta planificación de la misma y la consecuente elaboración de los productos turísticos relativos a ésta; así como permitir la evaluación de futuras inversiones posibles en este plano.

Por otra parte, en el plano de la demanda, no se encontraron datos concretos que refieran directamente al Turismo de Salud y que se encuentren disponibles para poder efectuar un análisis de la misma. Por esta razón, identificamos esta falencia como una problemática importante a afrontar; en rigor de que el conocimiento, tanto de la demanda real como de la potencial, permitiría disponer de información necesaria para conocer cuáles son las necesidades, las motivaciones, las exigencias y las preferencias que surgen en relación al Turismo de Salud y así trabajar en un mejoramiento y perfeccionamiento de la oferta, reacondicionándola a las expectativas de la demanda. Por tales motivos, planteamos la necesidad de realizar un estudio de mercado que otorgue datos certeros referidos al perfil de la demanda asociada al Turismo de Salud, identificando sus segmentaciones, particularidades y características esenciales.

Esto nos conduce a otra problemática que ha de enfrentarse, la cual guarda relación con la falta de información y deficiente sistematización de la existente en lo que respecta a los datos reales que refieren y dan cuenta del desarrollo del Turismo de Salud en la provincia, que a su vez contemple todas sus alternativas (turismo médico, talasoterapia, termalismo) de manera que posibiliten tomar conocimiento de cuál es el real potencial de esta modalidad turística, y que proporcionen un panorama de peso relativo de esta actividad en tanto producto turístico no convencionales, para evaluar las oportunidades existentes para el mismo en la provincia.

Otro aspecto que merece total atención y exige un urgente tratamiento tiene que ver con los aspectos legislativos que enmarcan el desarrollo de la actividad. En este sentido, señalamos la existencia de importantes vacíos legales relativos al Turismo de Salud en general; y hemos determinado que este producto turístico, al estar constituido por diferentes alternativas, que detentan características bien distintivas entre sí, no pueden englobarse bajo un único cuerpo normativo, sino que demanda que se tengan en cuenta éstas particularidades. Amen de esta aclaración, creemos que la legislación debe contemplar y proporcionar el marco normativo para el buen desarrollo de la actividad, regulando aspectos de su planificación, así como la conservación y preservación de los recursos naturales sobre los que se sustenta; por otra parte, también debería considerar aspectos relativos a la ética en cuanto la oferta de servicios, para evitar posibles “estafas terapéuticas”.

En este sentido, relativo al turismo saludable, se pueden tomar como ejemplos los casos de otras provincias que ya han elaborado un cuerpo normativo que regula y enmarca el desarrollo de la actividad dentro de sus provincias; las cuales pueden tomarse como ejemplo a seguir.

En el presente, el Turismo de Salud ha logrado ganar un mayor posicionamiento en tanto producto turístico alternativo al turismo convencional, por lo cual ha recibido mayor atención por parte de los organismos públicos (nacional, provincial y municipal) quienes han otorgado mayor protagonismo a esta modalidad. Sin embargo, destacamos en este punto, que este mayor apoyo, principalmente se focaliza en las opciones de turismo saludable (termalismo y talasoterapia). No vislumbramos un apoyo formal ni desde el Estado ni desde las instituciones locales de salud en lo relativo al turismo médico, por lo cual creemos imperante se trabaje en aspectos legales que proporcionen un marco ético que permitan la vigilancia y la supervisión sanitaria de los servicios medios ofrecidos, del profesionalismo del personal médico y de la calidad y seguridad de los establecimientos médicos en los que se lleva adelante la actividad. Sumado a esto, estimamos que dentro de dichos aspectos legales deben contemplarse mecanismos de compensación en casos de mala praxis, sobre todo en aquellos casos en los que se vean involucrados turistas-pacientes provenientes del extranjero (dado que es en este plano que se adolece de este tipo de salvaguarda, a nivel nacional existen herramientas legales para afrontarlos).

Ya hemos comprobado el incremento de arribos al país en general, y a la provincia de Buenos Aires en particular por motivos de turismo médico o turismo estético; y estamos convencidos

de que es urgente la necesidad de trabajar en los aspectos legales de esta actividad, en rigor de las complejidades que presenta el fenómeno.

En definitiva, el Turismo de Salud año a año alcanza un mayor posicionamiento dentro de la oferta de opciones turísticas en la provincia. No obstante, sería necesario una mayor coordinación entre los ámbitos nacional, provincial y municipal; y de todo el ámbito público con el ámbito privado para alcanzar un mayor afianzamiento de este producto turístico.

A su vez, afirmamos que deberían contemplarse y direccionarse esfuerzos en planificar la creación de sinergias con diferentes productos turísticos de modo de beneficiar y favorecer la comercialización del Turismo de Salud. Relacionado a lo anterior, merece destacarse la utilidad de Internet en estos días para intercambiar información y conocimiento, para promocionar y ayudar a la comercialización de la oferta de este producto turístico.

Una cuestión que nos parece interesante indicar, guarda relación con la calidad de los servicios, equipamientos y establecimientos existentes vinculados al Turismo de Salud en la provincia que, aunque aún distan de alcanzar los estándares que permitan posicionarla en el mercado turístico internacional, evidencian avances importantes tales como la elaboración de la Directrices de Calidad para Termas y su Manual de Aplicación, que brindan la oportunidad a los prestadores de los mismos de medir la calidad de su desempeño; y que actualmente se han implementado en el complejo Termas Marinas de la provincia de Buenos Aires.

Finalmente, creemos interesante remarcar que este tipo de turismo no se ve afectado de manera tajante por la estacionalidad, lo cual nos parece un aspecto ventajoso al momento de encarar un mayor desarrollo del mismo.

Estimamos que están dadas las condiciones para un buen desarrollo de esta modalidad dado que la provincia dispone de elementos esenciales que se requieren para impulsar y expandir en buen grado la oferta de Turismo de Salud, en función de que posee un elevado nivel médico e innumerables recursos naturales y turísticos con que complementarlos. Sería plenamente oportuno aprovechar las tendencias motivacionales que prevalecen en la actualidad y que favorecen el desarrollo de este tipo de maneras de hacer y disfrutar del turismo, en el presente más y más personas se interesan no solo por disfrutar nuevos lugares y espacios, sino también por probar y disfrutar de diferentes formas de turismo, enfatizando en la búsqueda de productos de calidad, un mayor contacto con el medio ambiente natural, u opciones que procuren su bienestar físico, mental y espiritual.



## **Bibliografía y Documentos**

### **Documentos y Artículos Virtuales**

- **Fagundo Castillo, Juan Reynerio; González Hernández, Patricia.** “Historia del desarrollo del Termalismo y Termalismo Moderno”. Internet, abril de 2008. Disponible en: [www.scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang\\_es&q=historia+e+termas&btnG=Buscar&lr=lang\\_es](http://www.scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang_es&q=historia+e+termas&btnG=Buscar&lr=lang_es).
- **Ruiz-de-Chavez Manuel, Jimhez-Aguado Ricardo, Márquez-Lapose Mario, Alleyne George;** “Salud y turismo”. Internet, octubre de 2007.[En línea] Disponible en: [www.insp.mx/rsp/articulos/articulo.php?id=001374](http://www.insp.mx/rsp/articulos/articulo.php?id=001374)
- **Mónica Bolis,** “El turismo de salud en América Latina y el Caribe de habla inglesa” TurismoNet. Internet, abril de 2008. Disponible en: [www.bibemp2.us.es/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/TURISMO%20DE%20SALUD%20EN%20AMERICA%20LATINA%20Y%20CARIBE%20DE%20HABLA%20INGLESA.PDF](http://www.bibemp2.us.es/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/TURISMO%20DE%20SALUD%20EN%20AMERICA%20LATINA%20Y%20CARIBE%20DE%20HABLA%20INGLESA.PDF)
- **Philip Stevens;** “Libre comercio para mejor salud”. The Campaign for Fighting Diseases. Internet, agosto de 2007. Disponible en: [www.fightingdiseases.org](http://www.fightingdiseases.org)
- **Díaz, David; Hurtado, Margarita;** “EL comercio internacional de servicios de salud: principales cuestiones y oportunidades para los países de América Latina y el Caribe”. Publicaciones del Programa de Políticas de Salud, División de Salud y Desarrollo. Organización Panamericana de la Salud [OPS], Washington, D. C.; julio- 1994. Internet, marzo de 2008. Disponible en: [www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF](http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/IT33.PDF)
- **Eric Cohen;** “Medical Tourism in Thailand”. Internet, noviembre 2008. Disponible en: [www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf](http://www.gsbejournal.au.edu/e-Journal/Journal/Medical%20Tourism%20Dr%20Cohen.pdf)
- **Hernández Torres Antonio;** “Técnicas y Tecnologías en Hidrología Médica e Hidroterapia, Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias (AETS). Instituto de Salud Carlos III - Ministerio de Sanidad y Consumo, Madrid. Junio de 2006. Internet, mayo 2008. Disponible en: [www.isciii.es/htdocs/investigacion/publicaciones\\_agencia/AETS\\_50.pdf](http://www.isciii.es/htdocs/investigacion/publicaciones_agencia/AETS_50.pdf)
- **López Morales, Manuel.** “Los Balnearios como Centros de Salud”. Index Enferm. 2004, vol. 13, no. 47. Internet, noviembre 2007. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962004000300006&lng=es&nrm=iso](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962004000300006&lng=es&nrm=iso). ISSN 1132-1296.
- **Agustín Francisco Gubert;** “Termalismo en Argentina”. Termasalud.com - Cámara Argentina de Termalismo y Turismo Salud. Internet, Mayo 2008. Disponible en: [www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo\\_en\\_argentina.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo_en_argentina.pdf)
- **Alejandro López López;** “El medio ambiente y las nuevas tendencias turísticas: referencia a la región d Extremadura”. Observatorio Medioambiental, nº 4, 2001. Internet, marzo 2008. Disponible en: [www.ucm.es/BUCM/revistas/cca/11391987/articulos/OBMD0101110205A.PDF](http://www.ucm.es/BUCM/revistas/cca/11391987/articulos/OBMD0101110205A.PDF)
- **Ministerio de Producción de Costa Rica;** “Un cluster incipiente y potencial para Costa Rica”.. Costa Rica. Disponible en: <http://www.conacom.go.cr/documentos/TURISMOMEDICO.pdf>
- **Lic. Rosa Cibeira Moreiras.** “El nuevo turismo en torno a los destinos de Salud”. Termas Salud Info – Sección Artículos Internacionales, octubre de 2007. Disponible en: [www.termasalud.info/termas/internacional/publica-10.htm](http://www.termasalud.info/termas/internacional/publica-10.htm)

### **Libros**

- **Boullón, Roberto C.;** “Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista”, Ed. Trillas, 1998.
- **Molina, Sergio.** “Fundamentos del Nuevo Turismo”. Centro de Emprendimiento e Innovación. México. 2004.
- **Organización Mundial del Turismo;** *Introducción al Turismo*. Madrid, España. 1998



- **Mathienson, Alister; Wall, Geoffrey.** *“Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales”*. México, Ed. Trillas 1990.
- **Jafar Jafari.** *“Enciclopedia de Turismo”*. Madrid, Ed. Síntesis S.A., 2000.
- **Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J.,** *“Metodología de las Ciencias Sociales”*, Ed. Emecé, Buenos Aires, Argentina, 2007.
- **Boullon, Roberto C.;** *“Marketing Turístico. Una perspectiva desde la planificación”*, Ediciones Turísticas. Buenos Aires, Argentina. 2004.

#### **Publicaciones de Congresos, Seminarios y Otros**

- **Lic. Rosa Cibeira Moreiras.** *“La aparición del turismo termal”*. Ponencia presentada en las Jornadas Internacionales 2000 de Turismo; Federación, Entre Ríos, Argentina (PARTE I). Internet, octubre de 2007. Disponible en: [www.termasalud.info/termas/internacional/publica-6.htm](http://www.termasalud.info/termas/internacional/publica-6.htm)
- **Siritto, Natalia Verónica.** *“Estudio de los componentes del sistema turístico de Federación”*. Trabajo final presentado para la Licenciatura en Turismo. Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Turismo y Hospitalidad. Buenos Aires, Argentina. Septiembre 2003
- **“Informe de Turismo Interno - Ciudad de Buenos Aires. Año 2005”**. Área Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Entre de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)
- **“Informe de Turismo Interno - Ciudad de Buenos Aires. Fin de semana del 1º de mayo Año 2006”**. Área Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Entre de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)
- **“Informe Anual de Preferencias 2008”**. Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas, Entre de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Febrero del 2009. Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)
- **Teresita Van Strate**, conclusiones publicadas en El Mensajero, periódico especializado en turismo, de publicación semanal; acerca de su ponencia *“El negocio del Spa en el turismo salud”* presentada en el Simposio Turismo Salud y Termalismo, Septiembre de 2008, Termas de Río Hondo, Santiago de Estero. Disponible en: <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/7783/1/un-recorrido-por-el-spa>
- **Teresita Van Strate**, *“Nuevas Tendencias en wellness y turismo salud”*, documento de información introductorio al “Seminario Taller para destinos turísticos y hotelería, sobre wellness y de turismo de salud”, brindado por la FEGHRA.
- **Khatchikian, Miguel;** *“Historia del Turismo”*. Documento de aprendizaje de la Cátedra Teoría del Turismo y la Recreación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Mar del Plata – Buenos Aires, 2001.

#### **Revistas Científicas**

- **Sammarchi, Marta;** *“Situación actual del turismo en la Argentina”*. Cuadernos de Turismo. N° 008. Universidad de Murcia, Murcia, España, Julio – Diciembre. 2001.
- **Vargas Larubia,, Remedios; Luque Gil, Ana Maria;** *“Las Estaciones Termales en Andalucía: de la explotación tradicional a la configuración de un nuevo producto turístico integral”*. Cuadernos de Turismo. N° 010. Universidad de Murcia, Murcia, España, Julio – Diciembre. 2002.
- **Bernal, Richard;** *“La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe”*. Revista de la CEPAL, N° 98; Agosto de 2007.
- **Maria Elisa Alén Gozalez, Lorenzo Rodríguez Comesaña;** *“Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y*

percepciones”; Revista Galega de Economía, año/vol. 13, nº 001-002. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España, junio-diciembre 2004.

#### **Planes, Leyes, Declaraciones y Ordenanzas**

- **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS).** Buenos Aires, Argentina. 2007. Disponible en: [www.turismo.gov.ar/esp/institucional/plan%20federal/PRESENTACI%D3N.pdf](http://www.turismo.gov.ar/esp/institucional/plan%20federal/PRESENTACI%D3N.pdf)
- **Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS).** Documento del Acta Final que incorpora los resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales
- **Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística.** *Directrices de Calidad Turística para Termas.* Secretaría de Turismo de la Nación. Buenos Aires. 2005.
- **Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística.** *Directrices de Calidad Turística para Termas. Manual de aplicación.* Secretaría de Turismo de la Nación. Buenos Aires. 2005.
- **Ley 9678.** *Marco Regulatorio del manejo de los recursos termales que se gestionan con fines terapéuticos, medicinales, recreativos y/o turísticos.* Cámara de Diputados de la Provincia de Entre Ríos. 27/02/2006.
- **Ley 1762/88.** *Creación del Ente Provincial de Termas del Neuquén (E.Pro.Te.N.).* Legislatura de la Provincia del Neuquén.
- **Constitución Nacional de la Republica Argentina.**
- **Constitución de la Provincia de Buenos Aires.**

#### **Sitios Virtuales**

- [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com)
- [www.gba.gov.ar](http://www.gba.gov.ar)
- [www.styd.gba.gov.ar](http://www.styd.gba.gov.ar)
- [www.buenosaires.gov.ar](http://www.buenosaires.gov.ar)
- [www.mardelplata.gov.ar](http://www.mardelplata.gov.ar)
- [www.bue.gov.ar](http://www.bue.gov.ar)
- [www.laguiatermal.com.ar](http://www.laguiatermal.com.ar)
- [www.termasdeentrierios.gov.ar](http://www.termasdeentrierios.gov.ar)
- [www.makeovertravel.com](http://www.makeovertravel.com)
- [www.centrojuri.com.ar](http://www.centrojuri.com.ar)
- [www.isaps.org](http://www.isaps.org)
- [www.sacper.org.ar](http://www.sacper.org.ar)
- [www.scpba.com.ar](http://www.scpba.com.ar)
- [www.infobyn.com.ar](http://www.infobyn.com.ar)
- [www.hmandagaranehijos.com.a](http://www.hmandagaranehijos.com.a)
- [www.belgranotur.gov.ar](http://www.belgranotur.gov.ar)
- [www.lacosta.gov.ar](http://www.lacosta.gov.ar)
- [www.medicaltourismguide.org](http://www.medicaltourismguide.org)
- [www.ama-med.com](http://www.ama-med.com)
- [www.plenitas.com](http://www.plenitas.com)
- [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- [www.xetica.com](http://www.xetica.com)
- [www.medicalbeautytrip.com](http://www.medicalbeautytrip.com)
- [www.medicalbeautytrip.com](http://www.medicalbeautytrip.com)
- [www.termasdeentrierios.com](http://www.termasdeentrierios.com)
- [www.clinicabys.com](http://www.clinicabys.com)
- [www.isaps.org](http://www.isaps.org)
- [www.fleni.org.ar](http://www.fleni.org.ar)
- [www.ultrasthetics.com.ar](http://www.ultrasthetics.com.ar)

- [www.termalosgauchos.com.ar](http://www.termalosgauchos.com.ar)
- [www.buenosairesturismo.com.ar](http://www.buenosairesturismo.com.ar)
- [www.argentinaturismo.com.ar](http://www.argentinaturismo.com.ar)
- [www.irel.org.ar](http://www.irel.org.ar)
- [www.termasmarinas.com.ar](http://www.termasmarinas.com.ar)
- [www.termasdecarhue.gov.ar](http://www.termasdecarhue.gov.ar)
- [www.spaocean.com.ar](http://www.spaocean.com.ar)
- [www.manataiales.com.ar](http://www.manataiales.com.ar)
- [www.latitud2000.com](http://www.latitud2000.com)
- [www.2016.turismo.gov.ar](http://www.2016.turismo.gov.ar)
- [www.exponatural.com.ar](http://www.exponatural.com.ar)
- [www.proyecto-salud.com.ar](http://www.proyecto-salud.com.ar)
- [www.eco.mdp.edu.ar](http://www.eco.mdp.edu.ar)
- [www.cirugiacosmetica.org.ar](http://www.cirugiacosmetica.org.ar)
- [www.ccirugiaplastica.com.ar](http://www.ccirugiaplastica.com.ar)
- [www.fehgra.org.ar](http://www.fehgra.org.ar)
- [www.lacapitalnet.com.ar](http://www.lacapitalnet.com.ar)
- [www.medanoblanco.blogspot.com](http://www.medanoblanco.blogspot.com)
- [www.ahorainfo.com.ar](http://www.ahorainfo.com.ar)
- [www.medicaltourism.org](http://www.medicaltourism.org)
- [www.entrerios.gov.ar](http://www.entrerios.gov.ar)
- [www.medicaltravelauthority.com](http://www.medicaltravelauthority.com)
- [www.internationalmedicaltourism.org](http://www.internationalmedicaltourism.org)

#### **Informantes claves**

- **Lic. María Teresita Van Strate.** Capacitadora de la SECTUR (Secretaría de Turismo de la Nación) y capacitadora de FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina); organizadora académica del “II Simposio de Turismo Salud y Termalismo”, que se llevó a cabo del 22 al 24 de Septiembre de 2008, en la ciudad de Termas de Río Hondo, pcia. de Santiago del Estero; delegada en Argentina de TERMATALIA (Feria Mundial de Termalismo de Ourense – España).
- **Pablo Dalinger.** Integrante de la Secretaría de Turismo Municipalidad de Adolfo Alsina.
- **Patricia E. Lavalle.** Integrante de la Dirección de Desarrollo de la Oferta, dependiente de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo - Ministerio de Producción. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- **Lic. Lorena Villamayor.** Integrante de la Dirección de Planeamiento Estratégico de la Secretaría de Turismo. Provincia de Buenos Aires.
- **Tec. Matías Barbero.** Integrante de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Gral. Belgrano.
- **Lic. Mariela Lonné.** Integrante de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de La Costa.
- **Lic. Marcela Goyeneche.** Integrante del equipo técnico de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Pinamar.

# **Anexos**

## **Anexo I - Características de la oferta de Turismo Saludable - Provincia de Buenos Aires**

En el siguiente cuadro se exponen de manera esquemática los servicios básicos que se ofrecen en centros termales, centros de talasoterapia y en spas. No se ha contemplado el caso del turismo medico por tener aspectos sustanciales diferentes con relación a las otras opciones que constituyen el Turismo de Salud; mereciendo por ello, un análisis particularizado.

Tipo de Centro	Producto Especifico <sup>62</sup>	Servicios Básicos
Organizaciones Termales		
Los Gauchos	Turismo - Salud Vacaciones - Salud	– Balneoterapia: en bañeras individuales, colectivas o piscinas. – Hidrogimnasia – Fisioterpaia (Irel) – Kinesioterapia (Irel) – Tratamiento de Rehabilitación del aparato locomotor (Irel) – Fangoterapia: parcial o total
Pedro Luro	Turismo de -Salud Vacaciones - Salud	
Complejo Irel	Turismo - Salud	
Termas de Carhué	Turismo - Salud Vacaciones - Salud	
Termas Marinas	Turismo - Salud Vacaciones - Salud	
Centros de Talasoterapia		
Ocean Spa	Turismo - Salud Vacaciones - Salud	– Balneoterapia – Terapias con algas – Menu Dietético – Fitness – Fangoterapia – Masajes – Sala de Relax – Ozono – Sauna (húmedo y/o seco) – Yoga, tai chi, ejercicios y otros. – Ayurveda – Baños de vapor – Tratamientos de rejuvenecimiento – Tratamientos Anti-esteres
Manatiales Spa de Mar	Turismo - Salud Vacaciones - Salud	
Centros de Spa y similares		
<ul style="list-style-type: none"><li>– Spa urbanos</li><li>– Centros de Estética</li><li>– Hoteles Spa</li><li>– Apart-Spa</li><li>– Spa de Campo</li><li>– Otros</li></ul>	Vacaciones - Salud	<ul style="list-style-type: none"><li>– Tratamientos de Belleza (Cosmiatría)</li><li>– Tratamientos contra la celulitis</li><li>– Ayurveda, Aromaterapia</li><li>– Vinoterapia, Chocolaterapia</li><li>– Fitness</li><li>– Hidroterapias,</li><li>– Sauna (húmedo y/o seco)</li><li>– Yoga, tai chi, ejercicios y otros.</li><li>– Tratamientos Anti-esteres</li><li>– Tratamientos de rejuvenecimiento</li><li>– Tratamientos contra la obesidad</li><li>– Fangoterapia</li><li>– Masajes, Acupuntura, reiki</li><li>– Servicios Médicos, Botox.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.

<sup>62</sup> En este punto se refiere al producto al que apunta la oferta de servicios en cada caso, agrupándose en dos grandes opciones en virtud de los intereses de este trabajo: “turismo - salud”, el cual apunta a la profilaxis, prevención, alivio de dolencias y enfermedades, curas varias; y “vacaciones - salud”, que apunta a las opciones elegidas en el caso de personas sanas con determinadas dolencias, o que buscan elevar su calidad de vida, a la par de buscar cierta profilaxis o prevención de posibles enfermedades.

## **Anexo II- Listado de Spa en la provincia de Buenos Aires**

### **En Ciudad de Buenos Aires**

1. Alea Spa - Spa en Belgrano
2. Cool Cuts - Hair Studio en Recoleta
3. L'essentiel - Spa urbano en Caballito
4. Alma Medical Spa - Spa urbano en Recoleta
5. Dermodels - Spa urbano en Belgrano - Microcentro
6. Maria Wasinger - Spa Urbano en San Nicolás
7. Ankh - Spa en Monserrat
8. Diquecito Recoleta - Spa Recoleta
9. Melià Recoleta Plaza - Hotel Spa en Recoleta
10. AMB - Medicina Estética - Medicina Estética en Recoleta
11. Espacio Oxivital - Spa urbano en Palermo
12. Nuevas Tendencias - Spa en Palermo
13. Experiencia Nirvana - Spa urbano en Palermo
14. Piazza Spa - Spa urbano en Villa Devoto
15. Belle de Jour - Monserrat
16. Gimbella Spa - Spa urbano en Belgrano
17. Puerto Salud - Spa urbano en Caballito
18. Bodhi Sattva - Balvanera
19. Body Secret - Spa urbano en Ciudad -
20. Graciela Hernandez - Spa en Nuñez
21. SaraC Beauty Spa - Microcentro - servicio express
22. Clider - Martinez
23. GS Centro de Estetica - GS Estética Profesional
24. Highea - EN Monserrat
25. Silver Solarium - Spa en Belgrano
26. Cabildo Suites Club & Spa - Spa urbano en Belgrano
27. Spa Santamaría - Spa en Belgrano
28. Carla Levy - Spa en Villa Crespo
29. Icono Cosmética - Flores
30. Spa Sofia - Spa en Villa Urquiza
31. Kiaramia - Flores y Ramos Mejia
32. Colmegna - Spa urbano en San Nicolas
33. Spa Urbano Buenos Aires - Spa en Belgrano
34. CS - Dra. Sciales - Spa urbano en Recoleta
35. Le Chateau Spa - Spa urbano en Villa del Parque
36. Le Corp - Spa urbano en Monserrat
37. Stop Stress - Spa en Micro Centro
38. Zia Grazia - Spa en Almagro

### **Gran Buenos Aires**

39. Armonia Spa - Spa en San Fernando
40. Olimpo Spa - Spa urbano en La Plata
41. Sahha Spa - Hotel Spa en Ezeiza
42. Equilibra - Spa urbano en San Isidro
43. Open Park - Spa urbano en San Justo
44. Serena Beauty Center - Medicina Estética en Parque Leloir
45. Aquae Sulis Spa y Resort - lobos / Gran Buenos Aires

### **Provincia de Buenos Aires**

46. Brisas Serranas Cabañas & Spa - Hotel Spa en Tandil - Buenos Aires
47. Cabañas La Betty - Spa de Campo en Punta Indio
48. Torre Azul Spa - Hotel Spa en Chascomus
49. Little Ranch - Hotel Spa en Pilar
50. Haras Ternura Ranch - Hotel Spa en Open Door
51. Hotel Epecuén & Spa Termal - Carhue
52. Hotel Carhué Spa Termal - Carhue
53. Hotel spa cristal termal - Carhue
54. Spa Hotel Buenos Aires del 900 - Carhué
55. Cabañas La Betty Resort y Spa - punta indio - Buenos Aires



56. Olimpo Spa – gonnet / la plata
57. Torre Azul Spa - Chascomus
58. Los Cuatro Amaneceres Spa de Placer y Salud - mercedes
59. Line Spa Urbano – Spa Urbano - Bahía Blanca
60. Kosiuko - Spa - Bahía Blanca
61. Bech Maria del Pilar –Spa - Bahía Blanca

#### **Costa Atlántica**

62. Aquazul - Hotel Spa en Costa Azul
63. Miradores del Bosque - Hotel Spa en Mar de las Pampas
64. South Beach Hotel - Hotel Spa en San Bernardo
65. Altue - Hotel Spa en Mar de las Pampas
66. Puerta del Bosque - Spa en Miramar
67. Tequendama - Hotel Spa en Villa Gesell
68. Barlovento Apart & Spa - Hotel Spa en Mar de las Pampas
69. Rincón del Mar - Hotel Spa en Las Gaviotas
70. Terrazas al Mar Apart Spa - Hotel Spa en Costa del Este
71. Carilo Village - Hotel Spa en Cariló
72. La Hostería Cariló Hotel y Spa - carilo
73. El Remanso del Bosque Nereidas Spa – Las gaviotas, al limite con mar de las pampas
74. Villa Ostende Apart Hotel y Spa – Ostende / Pinamar
75. Hostal del Sol Resort y Spa – Sn Brnardo
76. alma terra – spa urbano. Tndil
77. Hotel Spa República - Mar del Plata
78. Igloo Cabañas Spa & Mar – Mar del Plata - Paseo Costanero Sur Presidente Illia 20
79. Sheraton mar del plata
80. San Remo Grand Hotel y Spa - Belgrano 2338. Mar del Plata
81. Hotel Costa Galana - Mar del Plata
82. Mares Club – Av. J H Jara 147 - Mar Del Plata - Buenos Aires
83. Spa Onna Kirei - Falucho 2946 Mar Del Plata - Buenos Aires

#### **Centros de Estética**

- |   |   |
|---|---|
| 1. Aisthesis - Caballito                        | 15. Coin - Olivos                         |
| 2. Abm - Barrio Norte                           | 16. Compañía Dermotética - Centro         |
| 3. Assal - Saavedra                             | 17. Corporalis - San isidro               |
| 4. BA - Belgrano                                | 18. CS - Barrio Norte                     |
| 5. Body Health Institute - Barrio Norte         | 19. Estética Seleme - Barrio Norte        |
| 6. Body Medical Group - Barrio Norte            | 20. Estética Sublime - Centro             |
| 7. Bouzo - Belgrano                             | 21. EyM - Puerto Madero                   |
| 8. Cemec - Almagro                              | 22. Hair Recovery - Centro                |
| 9. Centro Implantológico Argentino - Centro     | 23. Hera - Barrio Norte                   |
| 10. Cirugía Estética Integral - Recoleta        | 24. Ief - Barrio Norte                    |
| 11. Cirugía y Medicina Estética - Barrio Norte  | 25. Instituto Quirúrgico Láser - Belgrano |
| 12. Clínica alta salud - Barrio Norte           | 26. Java Jeiman - Caballito               |
| 13. Clínica Altea – Buenos Aires - Barrio Norte | 27. Lecorp - Congreso                     |
| 14. CMV - Las Cañitas                           | 28. Lozana - Morón                        |

### **Anexo III - Principales productos turísticos de las zonas en que se ubican los centros termales y los de talasoterapia**

En el siguiente cuadro se pueden apreciar cuales son las otras alternativas turísticas con que cuenta la localidad donde se emplaza alguna organización termal o centro de talasoterapia.

<b>Zona del Centro</b>	<b>Distancia en Km. a Capital Federal</b>	<b>Otras forma de Turismo</b>
<b>Villalonga</b> Partido de Patagones Termas Los Gauchos	807 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turismo Rural</li> <li>– Pesca deportiva</li> </ul>
<b>Pedro Luro</b> Partido de Villarino Termas Pedro Luro Ceferino Namuncurá	780 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turismo aventura (canotaje, velerismo)</li> <li>– Turismo cultural</li> <li>– Turismo de Estancias</li> <li>– Pesca Deportiva</li> </ul>
<b>Bahía Blanca</b> Partido de Bahía Blanca Complejo Irel	637 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turismo de ciudades</li> <li>– Turismo Cultural</li> <li>– Puerto de Cruceros</li> <li>– Actividades Deportivas</li> </ul>
<b>Carhué</b> Partido de Adolfo Alsina Termas de Carhué	533 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turismo Rural</li> <li>– Deportes Náuticos</li> <li>– Ocio activo</li> <li>– Turismo cultural e histórico</li> </ul>
<b>San Clemente del Tuyú</b> Partido de la Costa Termas Marinas Ocean Spa	300 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Deportes Náuticos</li> <li>– Turismo Cultural</li> <li>– Playas</li> <li>– Naturaleza</li> <li>– Ocio Activo</li> <li>– Pesca Deportiva</li> <li>– Parque Temático (Mundo Marino)</li> </ul>
<b>Mar del Plata</b> Partido de Gral. Pueyrredón Manantiales Spa de Mar	410 km.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Turismo Cultural e histórico</li> <li>– Playas</li> <li>– Naturaleza</li> <li>– Deportes náuticos</li> <li>– Congresos y Convenciones</li> <li>– Ocio Activo</li> <li>– Golf</li> <li>– Turismo de Ciudades</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

#### **Anexo IV - Cuadros de los casos seleccionados para el análisis del Turismo Médico**

<b><u>Ultrasthetics Argentina</u></b>	
<b>Ubicación</b>	Barrio de Belgrano, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.B.A.). Argentina.
<b>Tipo de institución</b>	Clínica de Cirugía Estética y Rejuvenecimiento
<b>Descripción – qué ofrece</b>	<p>Es una de las clínicas de cirugía estética de alto renombre en Sudamérica. Cuenta con un departamento especializado en el turismo médico: “Ultrasthetics Internacional”, a través del cual ofrece paquetes especiales para residentes en el extranjero con el fin de lograr una excelente comodidad en lo que refiere a la organización de un viaje combinando estética con placer. De esta manera, la clínica ofrece sus servicios de cirugía plástica para extranjeros, a la par de que dichos pacientes tendrán la posibilidad de realizar tours, excursiones, show y alojarse en importantes hoteles para completar su estadía por el país.</p> <p>Los paquetes de cirugía estética incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Convenios con importantes hoteles</li> <li>* Actividades organizadas</li> <li>* Citi Tours</li> <li>* Cenas - Shows</li> <li>* Actividades deportivas programadas (siempre dependiendo de la intervención a realizarse y el tiempo de estadía)</li> <li>* Además cada paciente dispondrá de un Asistente Personal desde el momento en que será recibido en el aeropuerto</li> </ul>
<b>Intervenciones</b>	En el portal web de la entidad se señalan cuáles son las intervenciones más solicitadas: en el caso de las mujeres, aumento de mamas, lipoescultura, botox y rinoplastias. En el caso de los hombres, microtransplante capilar, lipoescultura de abdomen y flancos laterales, relleno de surcos nasogenerales y también la rinoplastia.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Ultrasthetics
<b>Campañas de promoción</b>	La Clínica cuenta con un departamento internacional dedicado casi exclusivamente a la promoción de la oferta de cirugía estética para el público de España, Chile, Estados Unidos y Otros países.

<b><u>Centro Médico de Cirugía Plástica Dr. Juri</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Centro Médico de Cirugía Plástica
<b>Descripción – qué ofrece</b>	<p>Si bien se trata de una clínica, ofrece a los pacientes interesados diversidad de servicios turísticos tales como traslados desde el aeropuerto al hotel y del hotel al Centro médico, hospedaje en diferentes hoteles de Buenos Aires, para poder disfrutar de una estadía relajada y placentera antes de los tratamientos, durante y después de los controles post-operatorios.</p> <p>El centro se encarga de coordinar y confirmar los horarios de las consultas médicas, para que pueda disfrutar al máximo de su estadía en Buenos Aires, evitando así esperas innecesarias.</p> <p>Brinda asesoramiento general, el centro propone integrar Belleza y Placer a través de la confección de paquetes personalizados combinando los tratamientos estéticos (con o sin cirugía) con el turismo. De esta manera, se ocupa en forma personalizada de cada paciente.</p>
<b>Intervenciones</b>	Ofrece tratamientos con cirugía, tales como lifting facial, aumento o levantamiento de busto, cirugía de ginecomastia, liposucciones. También brinda tratamientos sin cirugía como fotorrejuvenecimiento, tratamientos para acné activo, estrías, varices, entre otras.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Centro Médico de Cirugía Plástica Dr. Juri
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b>Centros de Estudios en Ginecología y Reproducción (CEGYR)</b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A. - República Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Centro de Estudios en Ginecología y Reproducción
<b>Descripción – qué ofrece</b>	<p>Participa dentro de la oferta de turismo médico poniendo énfasis en el área de reproducción asistida. El centro es un punto de referencia de la especialidad en toda Latinoamérica.</p> <p>Sus servicios abarcan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brinda atención integral a la mujer en cada etapa de la vida.</li> <li>- Atender los trastornos del varón en sus aspectos reproductivos, urológicos y sexológicos.</li> <li>- Brinda asistencia permanente y acompañamiento para sus pacientes a través de su servicio de Enfermería dedicado exclusivamente a la reproducción Asistida.</li> <li>- La propuesta planteada por la clínica en Miami para atraer al mercado estadounidense abarca la confección de paquetes personalizados según las necesidades de los interesados</li> </ul> <p>Ofrece la posibilidad de realizar consultas y despejar dudas a través de su “consultorio medico virtual” en su sitio web. Desde el mismo, y en virtud de saber que muchos de sus pacientes provienen del extranjero, han trabajado en un acuerdo con el Hotel Howard Johnson Recoleta, ubicado a escasas 3 cuadras del centro medico, permitiendo acceder a los mismos a tarifas preferenciales.</p>
<b>Intervenciones</b>	La variedad de servicios que ofrece abarcan: medicina reproductiva , cirugía laparoscópica e histeroscópica, ginecología (Controles ginecológicos, patología cervical, seguimiento obstétrico), ultrasonografía (Ecografías ginecológicas, obstétricas, monitoreo de la ovulación, 3D), Psicología (Apoyo psicológico en lo referente a infertilidad, fertilización in Vitro, asesoramiento sobre donación de óvulos y semen, disfunciones sexuales).
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Centros de Estudios en Ginecología y Reproducción (CEGYR)
<b>Campañas de promoción</b>	En julio del 2002, lanzaron una campaña promocional de “turismo reproductivo” en Miami con el objetivo de brindar soluciones para aquellas parejas que tuvieran problemas de fertilidad; buscando captar ese segmento de mercado.

<b>Fleni - Fundación de Lucha contra las enfermedades Neurológicas de la Infancia</b>	
<b>Ubicación:</b>	Escobar, Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución:</b>	Es una entidad dedicada a la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de las enfermedades neurológicas en niños, adolescentes y adultos.
<b>Descripción – qué ofrece:</b>	<p>Cuenta con un complejo médico en Escobar de alta tecnología destinado a la rehabilitación de adultos, de niños y adolescentes. La puesta en marcha de la misma demandó una importante inversión, por lo que para poder darle viabilidad al proyecto, se decidió orientar los servicios ofrecidos hacia los países sudamericanos. Habitualmente Fleni recibe pacientes de Chile, Paraguay, Perú, Bolivia y Uruguay.</p> <p>En la clínica, tienen como objetivos principales realizar diagnósticos a niños, jóvenes y adultos con discapacidades físicas, intelectuales y/ o emocionales; brindarles tratamiento con modernas técnicas de rehabilitación y posibilitar su reinserción en el ámbito social, familiar y laboral, mediante el uso de prácticas y herramientas educativo-terapéuticas específicas.</p> <p>A su vez, el Instituto cuenta con dormis y pequeñas casitas donde el paciente y sus familiares pueden alojarse durante el tratamiento.</p>
<b>Intervenciones / tratamientos:</b>	Servicios de rehabilitación: neurorehabilitación, la entidad brinda diagnóstico y tratamiento en las áreas de ortopedia y traumatología, neuroortopedia infantil y del adulto, rehabilitación cardiovascular y respiratoria, y desacondicionamiento físico luego de internaciones o enfermedades prolongadas. Por otra parte, también se brindan tratamientos de la salud para los niños y adolescentes que presentan dificultades y trastornos del desarrollo (cognitivos, motores o emocionales).

<b>Clínicas con que trabaja:</b>	Instituto de Rehabilitación y Educación Terapéutica, que esta constituido por dos centros de atención: el "Centro de Rehabilitación" (CR) y "El Centro Educativo Terapéutico de niños y adolescentes (CETNA)".
<b>Campañas de promoción:</b>	Ha implementado una política de “expansión fronteras afuera” para intentar captar segmentos de demanda hacia países limítrofes.

<b><u>Clínica de Rehabilitación Ciarec</u></b>	
<b>Ubicación:</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Clínica de Rehabilitación, Pacientes Post-agudos y Cirugía Ambulatoria
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Ofrece algunos tratamientos similares a los de la clínica Fleni, pero con la diferencia de que no cuenta con servicios de hospedaje para pacientes o familiares.
<b>Intervenciones / tratamientos</b>	Tratamientos de rehabilitación, cirugía traumatológica, cirugías plástica reparadoras, atención de pacientes con quemaduras, terapia intensiva para discapacitados motores severos, tratamientos con hidroterapia para enfermedades neurológicas y traumatológicas.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Clínica Ciarec
<b>Campañas de promoción</b>	Disponen de un plan de evaluación y tratamiento para pacientes tanto del interior como del exterior del país, a través del cual se incluyen reservas de traslado y alojamiento para la persona y sus familiares.

<b><u>Fundación Favaloro</u></b>	
<b>Ubicación</b>	Belgrano, Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Fundación Favaloro - Hospital Universitario, es una entidad sin fines de lucro, cuyos objetivos fundamentales son la docencia, la investigación y la asistencia médica orientadas a brindar prestaciones de excelencia.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Se trata de un centro medico especializado en cirugía cardiovascular. La fundación recibe desde hace años a extranjeros que sufren o temen sufrir de enfermedades cardíacas delicadas. La mayoría de los pacientes llegan después de ser derivados por los doctores de sus países de origen.
<b>Intervenciones</b>	Se especializa en tratamientos y cirugías vinculados a desordenes y/o falencias cardiovasculares.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Fundación Favaloro, conformada por Instituto de Cardiología y Cirugía Cardiovascular (Edificio central), el el Centro Ambulatorio de Transplante (Edificio Anexo), el Centro de Vida, entre otras dependencias.
<b>Campañas de promoción</b>	Inició una campaña de captación de extranjeros en mayo del 2002.

<b><u>Clínica ByS</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Clínica de Cirugía Estética
<b>Descripción - qué ofrece:</b>	Ofrece Servicios de Dermatología, Estética Láser, Flebología, Kinesiología y Odontología.
<b>Intervenciones</b>	----
<b>Clínicas con que trabaja</b>	<u>Clínica Laprida</u> - <u>Clínica French</u>
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron

<b><u>Xetica - Argentina</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina

<b>Tipo de institución</b>	Organización de Salud especializada en Cirugía Estética (se trata de una empresa conformada por cinco cirujanos plásticos que alquilan los servicios de clínicas importantes).
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Brinda servicios médicos tanto a pacientes de Argentina como a pacientes del exterior, servicios con estándares internacionales y con una relación precio-servicio conveniente. La organización se encarga del alojamiento, traslado del aeropuerto a un hotel/departamento ubicado en las mejores zonas de Buenos Aires, el traslado del paciente al centro médico y, por supuesto, de su completa atención médica.
<b>Intervenciones</b>	Implantes Sin Cicatrices en las Mamas, Aumento de mamas, Reducción de mamas, Levantamiento de mamas (Mastopexia), Ginecomastia -Hombres, Liposucción, Dermolipectomía abdominal, implantes en glúteos, otras cirugías corporales. Botox y arrugas, Aumento de labios, Lifting Facial, Cirugía de nariz, otras cirugías faciales.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Sanatorio La Florida , Florida. Centro quirúrgico Elcano, Parque Centenario. Clínica DIM, Ramos Mejía. San Jerónimo, San Justo. Clínica del Golf , Ciudad de Buenos Aires. Sanatorio Anchorena, Ciudad de Buenos Aires. Sanatorio San Lucas, San Isidro.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Plenitas</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Se trata de una organización médica que a su vez se desarrolla como una empresa dedicada a la oferta y organización de de paquetes de turismo medico.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Plenitas es una organización médica que brinda servicios y tratamientos médicos realizados en Argentina a personas que residen en otros países, ofreciendo la posibilidad de combinar servicios de salud y turismo. Organiza los viajes, provee traductores y acompañantes y establece los contactos con los profesionales médicos. El servicio que brinda la empresa consiste en la atención integral del paciente, desde su llegada a la Argentina hasta que toma su vuelo de regreso a casa Para brindar mayor claridad a sus pacientes, la empresa ofrece un paquete de viaje estándar para cada tratamiento que incluye alojamiento, traslados y servicio de asistente. No obstante, el paciente puede hacer variaciones sobre el paquete estándar: puede combinar varios tratamientos en un mismo viaje, puede viajar con algún amigo o familiar o puede solicitar otro tipo de alojamiento. Cada paciente- cliente tiene la posibilidad de programar su propio viaje medico, otorgando así la posibilidad de contar con una opción de viaje personalizada y adecuada a sus necesidades.
<b>Intervenciones</b>	Se ofrece atención médica en las siguientes especialidades: Cirugía plástica: Procedimientos de cuerpo: aumentativa mamaria, liposucción, aumento de glúteos, otros. Procedimientos de cara: rinoplastia, lifting facial, implante de pómulos, otros. Cirugía bariátrica (bypass gástrico), tratamientos de dermatología, trasplante capilar, tratamientos de fertilización asistida, odontología y oftalmología.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Clínica Barracas
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron



<b><u>Trip&amp;health.com</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Es una empresa dedicada a la organización de viajes médicos. Una compañía de turismo médico.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	La empresa ofrece a través de su página web distintas opciones de tratamientos médicos combinados con diferentes alternativas de alojamiento, además ofrece descripciones detalladas de distintas localidades turísticas que puede conocer durante su visita por el país. De esta manera, brinda la posibilidad de armar el propio viaje médico: realizando el pago de una reserva, pagar el total de la contratación de los servicios o simplemente obtener información sobre cuales son los precios y el costo estimado de su futuro viaje médico. Todos los tratamientos incluyen consulta pre y post quirúrgicas, estudios pre-quirúrgicos, acompañante, traslados, teléfono celular y cena de bienvenida. En definitiva, la propuesta incluye servicios médicos, alojamiento, traslados y paquetes opcionales de viajes.
<b>Intervenciones</b>	Ofrece transplante capilar, lipoaspiraciones y aumentos mamarios entre otros más.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No especificadas.
<b>Campañas de promoción</b>	No especificadas.

<b><u>Claudia Srur Viajes</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Agencia de turismo especializada en turismo medico.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Es una agencia de viajes especializada en turismo medico. No solo ofrece opciones de tours quirúrgicos, sino que también abarca opciones de termas y spa. De acuerdo al procedimiento que desee realizar, la agencia ofrece coordinar reservas de pasajes aéreos, traslados, alojamiento y excursiones opcionales.
<b>Intervenciones</b>	No ofrece de manera directa, actúa como intermediaria.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No especificadas.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Medical Beauty Trip</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Organización Logística de Servicios Médicos
<b>Descripción - qué ofrece:</b>	No ofrecen paquetes armados, sino que arman viajes totalmente personalizados, en función de las necesidades de cada persona particular. Propone combinar el viaje medico con opciones de distracción, relax y turismo.
<b>Intervenciones</b>	Ofrece atención medica en las siguientes especialidades: cirugías plásticas, implantes capilares, tratamientos de dermatología, odontología estética y nutrición.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No se especifican.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Tour Médico</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina

<b>Tipo de institución</b>	Es una organización médica que ofrece servicios de turismo médico - estético.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	La propuesta de Tour Médico involucra servicios médicos estéticos, alojamientos, traslados, y paquetes opcionales de viajes. Ofrece acompañamiento a las personas que viajan a la Argentina, desde que bajan del avión hasta que vuelve a su casa, para ello cuentan con un staff de profesionales que trabajan para satisfacer al paciente, tanto en la preparación de su viaje, como durante su estadía. En caso de que desee el consumidor-paciente, se sugieren opciones de paseos turísticos por distintas zonas de la Argentina.
<b>Intervenciones</b>	Ofrece servicios médicos relacionados a cirugías plásticas de carácter estético, tanto en cuerpo como en cara; tratamientos con botox, odontológicos, vasculares y dermatológicos.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No se especifican.
<b>Campanas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Australmed</u></b>	
<b>Ubicación</b>	---
<b>Tipo de institución</b>	Es una organización médica que ofrece servicios de turismo médico - estético.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Ofrece atención personalizada, un equipo médico de primer nivel y la oportunidad viajar y conocer otro país. Los servicios que brindan abarcan numerosos tratamientos médicos, más el alojamiento en algún hotel que elija el paciente, los traslados a los aeropuertos y a las consultas médicas, a las que será acompañado por un asistente que estará a su disposición durante todo el tiempo que demande el contacto con los médicos, las consultas en el período de la intervención y en el post-operatorio. Por otra parte, ofrece la opción de alojamiento en departamentos totalmente amueblados.
<b>Intervenciones</b>	Brinda paquetes turísticos combinados con diversos servicios médicos: Cirugías plásticas (en cara, piel, liposucciones, implantes varios, etc.), tratamientos odontológicos (blanqueamientos de dientes, implantes dentales) cirugía bariátrica, servicios de oftalmología, otras cirugías.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	- Sanatorio Agote -Sanatorio Otamendi y Mirolí -Centro Medicus -Clínica del Sol -Academia Argentina de Cirugía Cosmética - Sanatorio La Florida
<b>Campanas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Premier Medescape</u></b>	
<b>Ubicación</b>	La sede principal se encuentra en Palm Beach, Florida, EEUU.
<b>Tipo de institución</b>	Es una compañía de turismo médico.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Centraliza la oferta de sus servicios en el campo de la Cirugía Cosmética, General, y Dental, a nivel Internacional. Se especializa en ofrecer los mismos dentro del potencial mercado de consumidores-pacientes de USA. Algunos de los servicios que ofrecen son: coordinación de traslados de un país a otro, asistencia en la identificación de los profesionales, según la cirugía o servicio en cuestión, y proporcionar una asistencia personalizada durante el proceso, de manera que la experiencia sea agradable y libre de interrogantes.
<b>Intervenciones</b>	Cirugías cardiovascular, ortopédica, otras generales; cirugías cosméticas,

	tratamientos odontológicos, tratamientos para perder peso, tratamientos de oftalmología.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	IADT-Instituto Argentino De Diagnostico y Tratamiento, Sanatorio Otamendi y Miroli, Clínica Del Sol
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Eliteloor</u></b>	
<b>Ubicación</b>	Tiene su sede principal en Las Palmas, España.
<b>Tipo de institución</b>	Es una organización médica, identificada como una agencia de turismo medico.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Brinda servicios y tratamientos médicos realizados en Argentina (Buenos Aires) y Ecuador (Quito y Guayaquil ) a personas que residen en otros países. Ofrece opciones de paquetes de viaje cerrado para cada tratamiento que incluye viaje, alojamiento, traslados y servicio de asistente. No obstante, el paciente puede hacer variaciones sobre el paquete cerrado: combinando varios tratamientos en un mismo viaje, puede viajar con algún amigo o familiar o puede solicitar otro tipo de alojamiento o contratar con la empresa diferentes visitas turísticas (tour turísticos).
<b>Intervenciones</b>	Ya se mencionaron en el apartado dedicado a la Clínica B&S.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Clínica B&S:
<b>Campañas de promoción</b>	No de identificaron.

<b><u>Armoniea</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires. Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Centro de medicina estética y cirugía plástica
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Se trata de una empresa dedicada a brindar el más completo asesoramiento de belleza integral combinando tratamientos de cirugía plástica, medicina estética y odontología estética de vanguardia. Proponen a sus pacientes-clientes realizar una primer consulta en la cual se hace un diagnostico médico de su afección y se arma un plan a seguir hecho a su medida en base a lo que necesite y la inversión que desee realizar para dicho tratamiento.
<b>Intervenciones</b>	Ofrece servicios médicos relacionados a cirugías estéticas, tratamientos faciales (blefaroplastia, rinoplastia. Lifting, etc.), tratamiento corporales (lipoesculturas, mamoplastias, etc.), medicina cosmética, cirugías reconstructivas servicios de odontología.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Cirugía estética: Clínica Armoniea Odontología: Clínica Esmendi.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Arples Health &amp; Travel</u></b>	
<b>Ubicación</b>	---
<b>Tipo de institución</b>	Es una organización turística argentina que se especializa en brindar una atención personalizada a pacientes del exterior.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	El servicio consiste en organizar integralmente todos los detalles del viaje medico, desde que el paciente-consumidor hace la primera consulta hasta que regresa a su país de origen, e inclusive le proporcionan asistencia luego de su viaje. Se encargan de contactarlo con distintos cirujanos para que el propio paciente elija con quien intervenir, gestionan las reservas necesarias

	(turnos, hospedaje, vuelo, tours, etc.), organizan los respectivos traslados y le brindan un asistente personal que lo acompañará y asistirá durante su estadía.
<b>Intervenciones</b>	Aumento mamario, liposucción, mastopexia, abdominoplastia, rinoplastia, lifting, botox, trasplante capilar, cirugías oftalmológicas como lasik, cirugía refractiva, entre otras.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Hospital Universitario Austral, Clínica de Microcirugía, Clínica Angelus, Sanatorio Agote, Clínica de Ojos Villa Urquiza, centro Traumatológico del oeste.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Global Health Company</u></b>	
<b>Ubicación</b>	----
<b>Tipo de institución</b>	Es una empresa de salud, especializada en turismo médico que se adapta a los requerimientos del paciente-turista nacional o extranjero.
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Ofrece una amplia variedad de prestaciones y tratamientos médicos, otorgando a su vez la posibilidad de disfrutar de alternativas turísticas y hospedajes de acuerdo a las necesidades y posibilidades de cada persona. La compañía ha establecido convenios con clínicas y hoteles de excelente categoría, y ha elaborado diferentes paquetes en función de las diversas necesidades de sus clientes: estándar, business y premium. El primero es el más simple, la compañía ofrece un servicio estándar para que el paciente pueda realizarse el procedimiento médico y visitar el país. Durante la estadía contará con hospedaje estándar y traslados desde y hacia el aeropuerto. En el segundo caso, incorpora beneficios adicionales que le brindan la posibilidad al paciente de seguir atendiendo sus negocios (acceso a telefonía móvil, Internet, video conferencias y notebooks, por ejemplo), al mismo tiempo que la posibilidad de conocer las ciudades más representativas de Argentina, con hospedaje en hoteles hasta 4* internacional y todos los traslados cubiertos. Por último, el servicio Premium, que incluye alojamiento en hoteles de máximo nivel internacional y los mejores centros de atención de la ciudad de Buenos Aires. El paquete contempla traslados, citytour en la Ciudad de Buenos Aires, asistencia médica y acompañante bilingües, incluyendo asesoramiento turístico con las mejores alternativas a realizar durante su postoperatorio y personal shoppers.
<b>Intervenciones</b>	Procedimientos de cuerpo (aumento mamario, dermolipectomía abdominal, liposucción - lipoescultura, aumento de glúteos, lifting de mamas, dermolipectomía de brazos, reducción mamaria, dermolipectomía de muslos, ginecomastia, Piernas) Procedimientos para cara (rinoplastia, lifting facial, blefaroplastia, implante de pómulos, implante de mentón, implante de labios). Otros tratamientos estéticos (peeling, botox, mesoterapia, remarcado y volumen de labios)
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No se especifica.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Lasermed</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Es un centro de medicina estética
<b>Descripción - qué ofrece</b>	El centro es pionero en la utilización del láser para medicina estética en la Argentina. Cuenta con un centro médico equipado con tecnología de última generación, única en el país y que se aplica al desarrollo de tratamientos de avanzada
<b>Intervenciones</b>	Depilación láser, dermatología estética, láser vascular, luz pulsada intensa,

	mesoterapia, thermage, bodylift ultralipoescultura
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Centro Médico Uriburu (CMU), Lasermed, es la división de estética no invasiva de CMU
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Plural health care</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Organización de Turismo medico
<b>Descripción - qué ofrece</b>	Brinda servicios de coordinación médica y turística de alta calidad a precios únicos, con costos hasta tres veces más bajos que en otros destinos.
<b>Intervenciones</b>	Ofrece servicios médicos vinculados a las siguientes especialidades: cardiología, cirugía bariátrica, neurocirugía, odontología, oftalmología, otorrinolaringología, otras.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	Instituto Fleni, Instituto de la Visión, Centro Médico Uriburu, Hospital Alemán, Clínica Suizo Argentina.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Hospital Privado de Comunidad</u></b>	
<b>Ubicación</b>	Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
<b>Tipo de institución</b>	Hospital Privado
<b>Descripción - qué ofrece</b>	El hospital brinda servicios médicos a toda la comunidad marplatense relativos a atención primaria, esto es, la asistencia básica y esencial, cubriendo los siguientes aspectos: diagnóstico y tratamiento de enfermedades, actividades de prevención y promoción, atención continuada, atención domiciliaria en sus distintas modalidades, educación sanitaria y acciones preventivas en la comunidad, derivación de pacientes a otros niveles asistenciales, diagnóstico y tratamiento de enfermedades, rehabilitación y reinserción social, docencia e investigación. Dentro del hospital han creado la Fundación Médica de Mar del Plata, una entidad sin fines de lucro, que tiene <i>“la misión de crear, mantener, y desarrollar un hospital privado de acuerdo a normas y sistemas de elevada pauta técnico científica, con proyección a la comunidad y, en relación con esta finalidad básica, promover, apoyar, sostener, realizar y/o patrocinar todas las actividades tendientes a la promoción, protección y recuperación de la salud”</i> . Desde la Fundación se ha desarrollado un nuevo servicio denominado “Puente salud”, y nació en virtud de los elevados costos de la medicina actual que genera cierta angustia entre aquellas personas que no pueden solventarlos. Este programa es de carácter internacional y apunta a brindar la atención necesaria con eficacia profesional que requiere la más avanzada medicina a un costo mucho menor que el que supondría el mismo tratamiento en países del Hemisferio Norte
<b>Intervenciones</b>	El puente salud se ofrece como una solución accesible en las siguientes prácticas y especialidades: <div align="right">Cirugía</div> Cardiaca: Cateterismos Cardíacos, Diagnósticos y Terapéuticos. Cirugía Plástica Estética y Reparadora: Cirugía Laparoscópica Abdominal, Torácica y Ginecológica. Cirugía Ortopédica: Reemplazos de cadera, Rodilla y Corrección de Escoliosis. Cirugía Oftalmológica. Cirugía Pediátrica. Cirugía Urológica. Endoscopía Digestiva para Diagnóstico y Tratamiento. Estudios por Imágenes: RMN, TAC, Medicina Nuclear. Transplante Renal con Donante Vivo Relacionado. Odontología.
<b>Clínicas con que</b>	Hospital Privado de Comunidad

<b>trabaja</b>	
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.

<b><u>Argentina Travelers Aid</u></b>	
<b>Ubicación</b>	C.A.B.A., Buenos Aires, Argentina
<b>Tipo de institución</b>	Empresa proveedora de servicios turísticos
<b>Descripción - qué ofrece</b>	<p>La empresa se propone como una guía personal durante la estadía por Argentina, especializándose en Buenos Aires. Ofrece tours, pero principalmente se trata de servicios personalizados basados en las necesidades específicas de cada cliente. De esta manera, propone Asistentes de Negocios, Guía de Compras, o de tratamientos de Salud y Belleza como Cirugía plástica, cosmética o dental; así como Inmuebles e Inversiones o cualquier otro.</p> <p>Puntualmente en el caso de los tratamientos de salud, si el cliente esta interesado en consultar alguno de los reconocidos profesionales del país, Argentina Travelers Aid le arreglará una cita y acompañará en cada momento.</p> <p>También ofrece tratamientos de salud o belleza en Centros Médicos. La empresa puede efectuar todos los arreglos para la estadía y brindar la posibilidad de contar con un asistente que estará con el paciente en todos los momentos en los que éste lo necesite.</p>
<b>Intervenciones</b>	Tratamientos por infertilidad, implantes dentales o cosméticos, técnicas de rejuvenecimiento, maquillaje permanente y modelación corporal entre otros, los cuales no requieren cirugía plástica o cosmética.
<b>Clínicas con que trabaja</b>	No se especifican.
<b>Campañas de promoción</b>	No se identificaron.



## **Anexo V – Metodología de trabajo de Empresas de Turismo Medico a través de portales virtuales**

A continuación exponemos de manera breve cuales son los servicios que brindan y esbozamos cual es su metodología de trabajo.

### **Pasos a seguir**

- 1- Información y vías de contacto. Como primer paso generalmente se indica visitar el sitio web de la empresa, para así familiarizarse con los servicios que ésta brinda. Allí tendrá a su disposición toda la información necesaria para realizar el viaje médico. (información acerca de los distintos procedimientos, las ofertas de alojamiento y turismo, en algunos casos también tendrá referencias de los profesionales médicos con los que trabajan).
- 2- Primer contacto con la empresa. Habitualmente el primer contacto se realiza a través de la web, ya sea vía e-mail o completando algún formulario de consultas que proponen en la pagina; o por teléfono. Así se obtendrá una cotización preliminar del procedimiento medico que desee realizarse, y toda la información al respecto de la misma. Paralelamente, la empresa suele ofrecer información adicional sobre sí misma, así el interesado conoce más acerca de la compañía y sus servicios.
- 3- Envío de fotos y consultas con el profesional interviniente. En el caso de que la intervención así lo requiera, el especialista necesitará las transcripciones médicas, resonancias magnéticas, radiografías, fotos, etc. del potencial paciente para emitir un previo diagnostico y determinar cual será el procedimiento médico que necesita. Algunas empresas proponen realizar una conferencia telefónica con el médico, a fin de atender a todas sus inquietudes y tratar su caso de manera más puntual y particular. También requieren que se complete un formulario con su historia clínica, para que el medico en cuestión disponga de información acerca de algún potencial de riesgo y todas las condiciones que sean necesarias para conocer en conjunto su estado de salud.
- 4- Forma de Pago. Se le informa acerca de cuáles son las diversas formas de pago y cuales son las opciones de financiamiento con que cuentan a fin de que el potencial paciente pueda elegir el método que más le convenga. De acuerdo al informe del médico se presupuestará el costo final de la intervención detallando los ítems incluidos y se indicará la cantidad de días que el paciente deberá permanecer en Bs. As. Dependiendo de la empresa, a veces se incluyen en el paquete el alojamiento y proponen excursiones o paseos turísticos optativos. Algo similar ocurre con las reservas de los vuelos, algunas empresas se encargan de ello, pero la mayoría no debido a que depende del lugar de procedencia y la fecha en que se viaje. En ambos casos, si no es la empresa la que se encarga de dichas reservaciones, ofrecen información acerca de las tarifas de vuelos una vez concertada una fecha de viaje o se ponen a su disposición las distintas opciones de hoteles y/o departamentos totalmente equipados para que el potencial paciente elija en función a sus preferencias de comodidad y precio.
- 5- Reserva del viaje. Una vez que se haya completado el proceso de consulta y el médico confirme que el paciente está apto para realizar al tratamiento, y este decida contratar el servicio, se le asigna una fecha tentativa para su viaje médico consensuándolo con el paciente. En esta etapa también se indicará si se debe realizar algún depósito previo, si se abona una vez que llega al país o la modalidad que determine la empresa en cada caso.
- 6- Planeación y coordinación de su viaje médico. Se desarrolla para el paciente el itinerario del viaje más adecuado en virtud de sus necesidades. De acuerdo a la empresa de que se trate, en ocasiones esta se encarga de realizar las reservaciones de hotel, asigna los asistentes personales y organiza todos los servicios del traslado. Asimismo, durante este proceso se le suele enviar información acerca de nuestra ciudad, clima y otros detalles turísticos que den a conocer algo de la ciudad y el país al que esta viajando.
- 7- Arribo a la Argentina. La mayoría de las empresas pone a disposición del paciente recién llegado, un asistente personal bilingüe quien lo recibirá y acompañara durante su estadía en nuestro país, lo acompañará a todas las entrevistas con su médico como así también a realizar todos los análisis y tratamientos requeridos. Habitualmente, se concerta una reunión de bienvenida con la empresa, para que reciba todos los detalles acerca del itinerario de su viaje

- médico, información acerca del procedimiento e información turística adicional de forma personal.
- 8- Exámenes prequirúrgicos. Previo a la realización del tratamiento solicitado, deberá cumplir con los exámenes médicos pre-quirúrgicos según lo requiera el procedimiento a realizar. Es en este momento que el doctor puede volver a examinar los análisis médicos y realizar un test adicional para asegurarse de que el paciente se encuentra convenientemente preparado para la intervención. Tanto en este caso como en la posterior consulta en persona con el especialista, contará con la presencia permanente de un asistente.
  - 9- Procedimiento quirúrgico. Luego de realizar todos los exámenes médicos y conocer al profesional, se procede a realizar el tratamiento deseado. Se conduce al paciente hasta la clínica desde su hospedaje, acompañándolo tanto durante dicho traslado como en los trámites de internación. Una vez concluida la cirugía, se seguirán las instrucciones del especialista. La empresa estará a disposición del paciente en todo momento ante cualquier duda o urgencia, de manera directa a través del asistente personal que se le ha asignado.
  - 10- Post-quirúrgico: momento de recuperación. Cuando el médico esté satisfecho con la evolución del paciente, este será dado de alta del hospital o clínica y retornará a su hotel para seguir con el proceso de recuperación, ateniéndose a las indicaciones que se le provean. Generalmente, es necesario que acuda un par de veces a las consultas posquirúrgicas a fin de que el cirujano verifique su estado de salud general y se asegure de que su recuperación se desarrolle correctamente.
  - 11- Disfrutando el postratamiento. De acuerdo a su evolución, el especialista aconseja y evalúa las posibilidades de combinar el tratamiento con programas turísticos. En el caso de que el médico autorice un viaje turístico por el interior del país u otras propuestas turísticas, se proveen al paciente las alternativas. En todos los casos, el turismo se efectuará si es autorizado por el médico y de acuerdo a la voluntad del paciente.
  - 12- Regreso a casa El día de regreso a su país de origen, el asistente a cargo lo acompaña al aeropuerto y lo asiste con los correspondientes trámites. Desde su país seguirá en contacto con el médico especialista que lo atendió para poder hacerle las consultas que procure necesarias.

## **Anexo VI – Datos Estadísticos de la Provincia de Buenos Aires**

Para analizar las características de la demanda consideramos los siguientes datos estadísticos.

- **Secretaría de Turismo del Partido de la Costa**

Encuestas realizadas a turistas por la Secretaría de Turismo del Partido de la Costa en San Clemente del Tuyú, durante el año 2009 (de Enero a Mayo)

ENERO	TOTAL	%	FEBRERO	TOTAL	%
<b>Edad</b>	<b>38,72</b>	<b>100,00</b>	<b>Edad</b>	<b>38,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Sexo</b>			<b>Sexo</b>		
Masculino	121	51,05	Masculino	126	52,94
Femenino	116	48,95	Femenino	112	47,06
<b>Procedencia</b>			<b>Procedencia</b>		
Capital Federal	69	29,24	Capital Federal	97	40,25
Gran Bs. As.	103	43,64	Gran Bs. As.	85	35,27
Interior Bs. As.	46	19,49	Interior Bs. As.	47	19,50
Centro	14	5,93	Centro	10	4,15
NOA	0	0,00	NOA	0	0,00
Noreste	2	0,85	Noreste	0	0,00
Mesopotamia	1	0,42	Mesopotamia	2	0,83
Cuyo	1	0,42	Cuyo	0	0,00
Patagonia	0	0,00	Patagonia	0	0,00
Exterior	0	0,00	Exterior	0	0,00
<b>Motivo de Viaje</b>			<b>Motivo de Viaje</b>		
Negoc./Profesional	1	0,40	Negoc./Profesional	1	0,38
Vacaciones/Ocio	223	89,20	Vacaciones/Ocio	222	84,09
Visita fam o amigos	21	8,40	Visita fam o amigos	35	13,26
Deportes	0	0,00	Deportes	1	0,38
Cultura / Educación	0	0,00	Cultura / Educación	0	0,00
Salud	2	0,80	Salud	3	1,14
Otros	3	1,20	Otros	2	0,76
<b>Composicion de grupo</b>			<b>Composicion de grupo</b>		
Solo	10	4,17	Solo	12	4,92
Pareja	77	32,08	Pareja	91	37,30
Familia	128	53,33	Familia	117	47,95
Amigos	24	10,00	Amigos	24	9,84
Contingente	1	0,42	Contingente	0	0,00
<b>Alojam. Elegido</b>			<b>Alojam. Elegido</b>		
Hotel 4 estrellas	1	0,45	Hotel 4 estrellas	1	0,43
Hotel 3 estrellas	22	9,95	Hotel 3 estrellas	22	9,40
Hotel 2 estrellas	18	8,14	Hotel 2 estrellas	15	6,41
Hotel 1 estrella	11	4,98	Hotel 1 estrella	17	7,26
Apart Hotel	9	4,07	Apart Hotel	21	8,97
Hostería	3	1,36	Hostería	0	0,00
Hospedaje	5	2,26	Hospedaje	3	1,28
Hotel Sindical	2	0,90	Hotel Sindical	6	2,56
Estancia	0	0,00	Estancia	0	0,00
Camping/Cabaña/Bungalow	57	25,79	Camping/Cabaña/Bungalow	44	18,80
Vivienda propia/prestada	31	14,03	Vivienda propia/prestada	35	14,96
Vivienda alq. Particu	62	28,05	Vivienda alq. Particu	70	29,91
Vivienda alq. x Inmo	0	0,00	Vivienda alq. x Inmo	0	0,00
<b>Cantidad noches</b>	<b>4,71</b>	<b>100,00</b>	<b>Cantidad noches</b>	<b>4,22</b>	<b>100,00</b>
<b>Tipo de Viaje</b>			<b>Tipo de Viaje</b>		
Paquete	0	0,00	Paquete	0	0,00
Cuenta Propia	237	100,00	Cuenta Propia	240	100,00

MARZO	TOTAL	%		ABRIL	TOTAL	%	
Edad	39,04	100,00		Edad	41,78		
Sexo				Sexo			
Masculino	62	59,62		Masculino	19	52,78	
Femenino	42	40,38	100	Femenino	17	47,22	100,00
Procedencia				Procedencia			
Capital Federal	41	39,42		Capital Federal	10	28,57	
Gran Bs. As.	38	36,54		Gran Bs. As.	15	42,86	
Interior Bs. As.	21	20,19		Interior Bs. As.	10	28,57	
Centro	3	2,88		Centro	0	0,00	
NOA	0	0,00		NOA	0	0,00	
Noreste	0	0,00		Noreste	0	0,00	
Mesopotamia	1	0,96		Mesopotamia	0	0,00	
Cuyo	0	0,00		Cuyo	0	0,00	
Patagonia	0	0,00		Patagonia	0	0,00	
Exterior	0	0,00	100	Exterior	0	0,00	100,00
Motivo de Viaje				Motivo de Viaje			
Negoc./Profesional	0	0,00		Negoc./Profesional	2	5,41	
Vacaciones/Ocio	90	78,95		Vacaciones/Ocio	31	83,78	
Visita fam o amigos	22	19,30		Visita fam o amigos	3	8,11	
Deportes	1	0,88		Deportes	0	0,00	
Cultura / Educación	0	0,00		Cultura / Educación	0	0,00	
Salud	0	0,00		Salud	0	0,00	
Otros	1	0,88	100	Otros	1	2,70	100,00
Composicion de grupo				Composicion de grupo			
Solo	7	6,67		Solo	4	11,11	
Pareja	35	33,33		Pareja	10	27,78	
Familia	53	50,48		Familia	15	41,67	
Amigos	10	9,52		Amigos	7	19,44	
Contingente	0	0,00	100	Contingente	0	0,00	100,00
Alojam. Elegido				Alojam. Elegido			
Hotel 4 estrellas	0	0,00		Hotel 4 estrellas	2	5,88	
Hotel 3 estrellas	10	9,62		Hotel 3 estrellas	2	5,88	
Hotel 2 estrellas	5	4,81		Hotel 2 estrellas	3	8,82	
Hotel 1 estrella	4	3,85		Hotel 1 estrella	1	2,94	
Apart Hotel	9	8,65		Apart Hotel	1	2,94	
Hostería	0	0,00		Hostería	0	0,00	
Hospedaje	3	2,88		Hospedaje	0	0,00	
Hotel Sindical	2	1,92		Hotel Sindical	2	5,88	
Estancia	0	0,00		Estancia	0	0,00	
Camping/Cabaña/Bungalow	17	16,35		Camping/Cabaña/Bungalow	2	5,88	
Vivienda propia/prestada	22	21,15		Vivienda propia/prestada	7	20,59	
Vivienda alq. Particu	32	30,77		Vivienda alq. Particu	14	41,18	
Vivienda alq. x Inmo	0	0,00	100	Vivienda alq. x Inmo	0	0,00	100,00
Cantidad noches	4,38			Cantidad noches	4,11		
Tipo de Viaje				Tipo de Viaje			
Paquete	0	0,00		Paquete	0	0,00	
Cuenta Propia	104	100,00	100	Cuenta Propia	36	100,00	100,00

MAYO	TOTAL	%	
Edad	40,25		
Sexo			
Masculino	16	44,44	
Femenino	20	55,56	100,00
Procedencia			
Capital Federal	14	40,00	
Gran Bs. As.	14	40,00	
Interior Bs. As.	7	20,00	
Centro	0	0,00	

NOA	0	0,00	
Noreste	0	0,00	
Mesopotamia	0	0,00	
Cuyo	0	0,00	
Patagonia	0	0,00	
Exterior	0	0,00	100,00
<b>Motivo de Viaje</b>			
Negoc./Profesional	2	5,56	
Vacaciones/Ocio	31	86,11	
Visita fam o amigos	2	5,56	
Deportes	0	0,00	
Cultura / Educación	0	0,00	
Salud	0	0,00	
Otros	1	2,78	100,00
<b>Composicion de grupo</b>			
Solo	4	11,11	
Pareja	14	38,89	
Familia	12	33,33	
Amigos	6	16,67	
Contingente	0	0,00	100,00
<b>Alojam. Elegido</b>			
Hotel 4 estrellas	2	6,25	
Hotel 3 estrellas	1	3,13	
Hotel 2 estrellas	2	6,25	
Hotel 1 estrella	2	6,25	
Apart Hotel	2	6,25	
Hostería	0	0,00	
Hospedaje	0	0,00	
Hotel Sindical	1	3,13	
Estancia	0	0,00	
Camping/Cabaña/Bungalow	5	15,63	
Vivienda propia/prestada	7	21,88	
Vivienda alq. Particu	10	31,25	
Vivienda alq. x Inmo	0	0,00	100,00
<b>Cantidad noches</b>	3,47		
<b>Tipo de Viaje</b>			
Paquete	0	0,00	
<b>Cuenta Propia</b>	36	100,00	100,00

Fuente: Secretaría de Turismo del Partido de la Costa

• **Datos elaborados por la Subsecretaria de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires<sup>63</sup>**

En los siguientes informes se tomó como unidad de análisis a todos aquellos visitantes a la Ciudad de Buenos Aires que salen por el Aeroparque Metropolitano J. Newbery y la Terminal de Ómnibus de Retiro. Para el informe del año 2005 se entrevistaron un total de 18.744 turistas internos; en tanto que para el segundo informe se realizaron 433, correspondientes al fin de semana del 1 de Mayo del 2006 (29 y 30 de abril y 1 de mayo de 2006).

<sup>63</sup> Para consultar los informes completos consultar en:  
[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion\\_turismo/estadisticas.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/estadisticas.php)

### **Informe de Turismo Interno Ciudad de Buenos Aires correspondiente al Año 2005**

<b>Lugar de residencia de los turistas internos por región</b>	
<b>Región de residencia</b>	<b>%</b>
Centro	33,7%
Noreste	22,6%
Noroeste	18,9%
Patagonia	15,4%
Cuyo	9,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Motivo de viaje de los turistas internos</b>	
<b>Motivo de viaje</b>	<b>%</b>
Visita familiares o amigos	35,5%
Negocios / Profesional	25,7%
Salud	14,0%
Vacaciones	9,4%
Estudio	4,9%
Trámites	3,1%
Ferias y Congresos	2,7%
Otros	4,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Tipo de alojamiento</b>	
<b>Tipo de alojamiento</b>	<b>%</b>
Casa familiares o amigos	59,7%
Hotel	25,6%
Vivienda Propia	7,8%
Hospedaje	2,8%
Appart-hotel	0,8%
Otros	3,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Estadía en la ciudad de los turistas internos</b>	
<b>Estadía</b>	<b>%</b>
1 a 3 noches	43,9%
4 a 7 noches	33,3%
8 a 28 noches	16,0%
29 noches y más	6,8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Formas de organización del viaje</b>	
<b>Organización del viaje</b>	<b>%</b>
Reserva directa de servicios	81,6%
Por cuenta de terceros	18,3%
Paquete turístico	0,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

### **Informe de Turismo Interno Ciudad de Buenos Aires - Fin de semana del 1º de mayo Año 2006**

<b>Región de residencia</b>	
<b>Región de residencia</b>	<b>%</b>
Centro	38,80%
Noreste	19,70%
Noroeste	11,80%
Patagonia	20,00%
Cuyo	9,70%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Tipo de alojamiento</b>	
<b>Tipo de alojamiento</b>	<b>%</b>
Casa familiares o amigos	61,50%
Hotel	27,30%
Vivienda Propia	8,20%
Hospedaje	1,20%
Appart-hotel	0,40%
Hospital	0,20%
Otros	1,20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad



Motivo de viaje	
Motivo de viaje	%
Visita familiares o amigos	37,40%
Negocios / Profesional	14,80%
Vacaciones	14,60%
Salud	17,60%
Estudio	6,30%
Ferias y Congresos	3,50%
Trámites	4,70%
Otros	1,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

• **Datos elaborados desde el Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turística del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires**

Para el Informe Anual de Preferencias correspondiente al año 2008 se realizaron un total de 1207 encuestas en los barrios de San Telmo, La Boca, Recoleta, Puerto Madero, Plaza de Mayo y en los Centros de Información Turística del Ente de Turismo de la ciudad de Buenos Aires. Se trabajó con turistas nacionales y extranjeros que pernoctaron por lo menos una noche en la ciudad en alojamientos turísticos hoteleros y extra-hoteleros como unidad de análisis. Como instrumento de recolección de información se utilizó un cuestionario estructurado; con preguntas abiertas y cerradas.

**Informe Anual de Preferencias 2008**

Lugar de Residencia de los turistas			
Lugar de residencia	2007	2008	Var. %
Extranjeros	79,2%	74,6%	-5,8%
Nacionales	20,8%	25,4%	22,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

1. **Datos Nacionales**

Región de Residencia de los turistas nacionales			
Residencia	2007	2008	Var. %
Centro	46,7%	51,7%	10,7%
Cuyo	13,1%	15,2%	16,1%
Noreste	7,5%	13,7%	82,6%
Noroeste	18,6%	10,3%	-44,9%
Patagonia	14,1%	9,1%	-35,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

Motivo de Viaje Nacionales - 2008	
Motivo de Viaje	%
Vacaciones	75,7%
Negocios	7,9%
Visitas a familiares / amigos	7,1%
Tramites	5,4%
Estudios	1,4%
Salud	0,7%
Congresos	0,4%
Otros	1,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Tipo de alojamiento de los turistas nacionales</b>			
<b>Tipo de Alojamiento</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Var. %</b>
Hotel	38,3%	46,3%	20,8%
Casa	53,7%	38,6%	-28,2%
Apart-hotel	0,0%	6,0%	
Dpto alquiler	3,0%	5,0%	66,4%
Hostel	3,7%	2,8%	-24,3%
Hotel Sindical	0,0%	1,4%	
Vivienda propia	1,3%	0,0%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

<b>Medio de Información para la organización del viaje turistas nacionales</b>	
<b>Medio de Información</b>	<b>%</b>
Internet	18,7%
Familia / amigos	14,5%
Medios de difusión masiva	3,7%
Agt. Viajes	2,8%
Folleteria	2,3%
Trabajo	0,9%
Ninguno	53,3%
Otro	3,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Estadía (en noches) de los turistas nacionales</b>	
<b>Estadía</b>	<b>%</b>
0 a 2 noches	11,9%
3 a 5 noches	60,5%
Más de 5 noches	27,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
Promedio 2008	<b>5 noches</b>
Promedio 2007	<b>6 noches</b>

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

## 2. Datos Extranjeros.

<b>Lugar de Residencia de los turistas extranjeros</b>			
<b>Lugar de Residencia</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Var. %</b>
Países Limítrofes	37,8%	47,0%	24,5%
Europa	32,4%	23,1%	-28,7%
Resto de América	20,6%	19,2%	-6,8%
Norte América	8,3%	6,9%	-16,6%
Resto del Mundo	0,9%	3,7%	295,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

<b>Motivo de Viaje de los turistas extranjeros</b>	
<b>Motivo de Viaje</b>	<b>%</b>
Vacaciones	85,1%
Negocios	5,1%
Estudios	3,8%
Visitas a familiares / amigos	3,7%
Congresos	1,1%
Tramites	0,1%
Deportes	0,1%
Otros	0,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad

<b>Tipo de alojamiento de los turistas extranjeros</b>			
<b>Alojamiento</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Var. %</b>
Hotel	60,1%	59,4%	-1,2%
Hostel	16,3%	15,6%	-4,7%
Casa	20,0%	13,2%	-33,8%
Dpto alquiler	2,4%	7,7%	217,7%
Apart-hotel	1,0%	3,9%	309,3%
Vivienda Propia	0,2%	0,2%	15,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

<b>Estadía (en noches) de los turistas extranjeros</b>	
<b>Estadía Media</b>	<b>%</b>
0 a 3 noches	22,5%
4 a 9 noches	62,9%
Mas de 9 noches	14,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
Promedio 2008	<b>9 noches</b>
Promedio 2007	<b>8 noches</b>

Fuente y elaboración: Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.

<b>Medio de Información de los turistas extranjeros</b>	
<b>Medio de Información</b>	<b>%</b>
Internet	41,4%
Agt. Viajes	18,0%
Familia / amigos	8,3%
Folleteria	3,2%
Medios de difusión masiva	1,7%
Consulados en el exterior	0,9%
Trabajo	1,7%
Ninguno	21,6%
Otro	3,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## **Anexo VII: Índice Analítico**

**Resumen**

**Índice Sumario**

**Introducción**

### **Capítulo I – Marco Histórico Conceptual**

#### **1. Definición de Turismo**

- 1.1. La evolución del turismo
- 1.2. Cómo y dónde surge el Turismo de Salud
  - 1.1.1. Origen y desarrollo del termalismo
  - 1.1.2. Surgimiento y desarrollo de balnearios marítimos
  - 1.1.3. Termalismo tradicional y termalismo moderno

#### **2. Definición de Salud**

#### **3. Interacción Turismo y Salud**

#### **4. Definición de Turismo de Salud**

#### **5. Turismo de Salud en la actualidad**

#### **6. Contexto en que encuadra el desarrollo del Turismo Medico, en tanto subproducto del Turismo de Salud**

- 6.1. Libre comercio
- 6.2. Organización Mundial de Comercio
- 6.3. Características del comercio de servicios y el Turismo de Salud

### **Capítulo II – Oferta: Diferentes modalidades dentro del Turismo de Salud**

#### **1 Concepto de oferta**

#### **2 Composición de la oferta de Turismo de Salud: características de sus diferentes modalidades**

- 2.1 Turismo termal
  - 2.1.1 Termas
  - 2.1.2 Propiedades y beneficios de las aguas mineromedicinales
  - 2.1.3 Contraindicaciones
  - 2.1.4 Características terapéuticas de las aguas termales
  - 2.1.5 Clasificación de las aguas mineromedicinales
  - 2.1.6 Técnicas de aplicación de las aguas
  - 2.1.7 Vías de aplicación
- 2.2 Medicina, salud y belleza
  - 2.2.1 Spa
  - 2.2.2 Centros de talasoterapia
  - 2.2.3 Terapias alternativas
  - 2.2.4 Centros de salud y belleza
  - 2.2.5 Clínicas en general
  - 2.2.6 Particularidades del Turismo Medico

#### **3 Finalmente... ¿Qué abarca el Turismo de Salud?**

#### **4 Conclusiones del capítulo**

### **Capítulo III – Área objeto de estudio: provincia de Buenos Aires**

#### **1 Análisis de la oferta de Turismo de Salud**

- 1.1 Condiciones preliminares para el análisis
- 1.2 Zona de estudio: provincia de Buenos Aires
- 1.3 Turismo Saludable
  - 1.3.1 Distribución geográfica de centros termales y centros de talasoterapia

- 1.3.2 Complejos termales
- 1.3.3 Centros de talasoterapia
- 1.3.4 Alternativas termales incipientes
- 1.3.5 Otras opciones de turismo saludable
- 1.4 Turismo Medico
- 2 Análisis de la demanda de Turismo de Salud**
  - 2.1 Definición de demanda y otros conceptos relacionados
  - 2.2 Características de la demanda de Turismo de Salud
  - 2.3 Subsegmento 1: Turismo Saludable
    - 2.3.1 Subsegmentaciones y motivaciones
    - 2.3.2 Análisis de datos
  - 2.4 Subsegmento 2: Turismo Medico
    - 2.4.1 Tipología de turistas médicos
    - 2.4.2 Motivaciones
    - 2.4.3 Análisis de datos
- 3 Conclusiones del capítulo**

#### **Capítulo IV - Turismo de Salud: Estado de situación actual**

- 1 El Turismo de Salud desde la perspectiva estatal**
- 2 Aspectos legales y normativos**
  - 2.1 Turismo Saludable
  - 2.2 Turismo Medico
- 3 Aspectos vinculados a la comercialización y promoción**
  - 3.1 Internet: herramienta de comercialización electrónica
  - 3.2 Acciones desde el ámbito publico y el ámbito privado
  - 3.3 Aspectos a considerar en ambos casos
- 4 Análisis FODA**
  - 4.1 Turismo Saludable
  - 4.2 Turismo Medico
- 5 Conclusiones del capítulo**

#### **Conclusiones Finales**

#### **Bibliografía**

#### **Anexos**